

EPPO4



PREVIOUSLY

in 180 sec

UX-CX

content

omnicanal

**growth
hacking**

plateform

ZMOT

**stratégies
digitales**

ABM

SEO-A

**copy
cat**

**data
driven**

**collaborative
mutuelle**

freemium

inbound

**attribution
contribution**

servicisation

INBOUND

//

#CustomerEmpowerment






HERMÈS
VANILLE GALANTE



Google

stone chateau lyrics



All Videos Images Maps Shopping More Settings Tools

About 7,290,000 results (0.73 seconds)

Chateau

Angus and Julia Stone

I don't mind if you wanna go anywhere
I'll take you there
We can go if you wanna go anywhere
I'll take you there

We can go to the Chateau Marmont
And dance in the hotel room
We can run with the headlights on
Till we got nothing to lose

We have, lifting from the ground
We go, never coming down



ce que le
INBOUND
CHANGE
pour le plan
marketing ?



I Analyse

SWOT, BCG,
PESTEL, PORTER
McKinsey, GE, ADL
CAC, PMG, ABC

II Stratégie

Low cost
Fidélisation
Extensive
Intensive
Regroupement, croissance ext

III MOYENS ACTIONS

INTERRUPTION

IV FINANCE

Budget
Prévision de vente
Compte de résultat prévisionnel
Tableau de Bord

2010

I Analyse

VUCA, UX, MCA
BigData
Attribution marketing
Parcours client

II Stratégie

BusDev : Growth Hacking
RTM Lean
Sharing economy
Agile marketing
ROPO & multi channel

III MOYENS ACTIONS

PERMISSION

AD TECH / MAR TECH
DOOH
Native advertising
RTB / RTA Brand Content
Inbound Marketing / VRM

IV FINANCE

Business model generation
Marketing performance
KPI
MRM

2020

Inbound big picture

**EMPOWER
MENT**

1

**NEW-MARKETING
INBOUND
permission**

2

**AARRR
CHURN
engage**

3



1

CUSTOMER EMPOWERMENT

One clic away
Power in the hand
AdBlock
Living Services
Liquid Expectations
TouchPoints
Soft Power
VOC

2

INBOUND MARKETING (Permission)

VRM ABM CRM
WTS / RTM / ZMOT / APP
OnBoarding / SEO / SEA
OmniCanal / OPTin email
UX / CX : UI IxD SD
Persona UserStory
Touchpoints / Webinar
Conversation Live-Chat-Bot
Brand Content / Blog
Gamification / Social Net

3

AARRR CHURN

Sales Funnel :
Acquisition Activation
Retention Referral
Revenue

↓ Churn
↑ Engagement

↑ NPS



#CustomerEmpowerment

@kratiroff

USER

USER

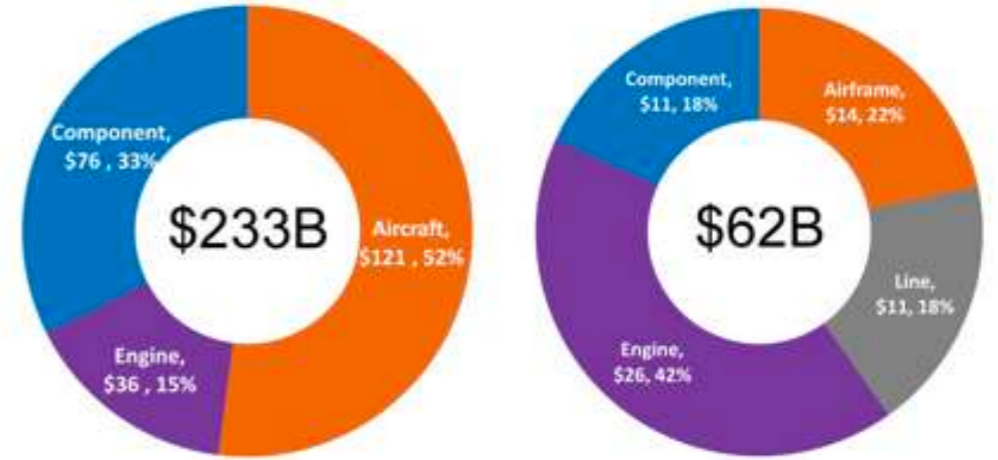
USER

USER

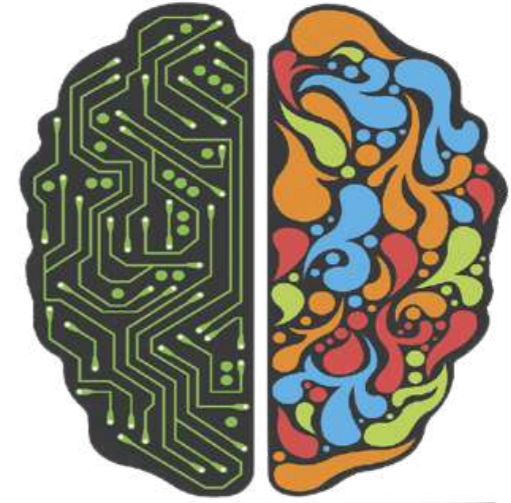


La compétition change de terrain

Market Share



Mind Share



Seth Godin : marketing is a contest for people's attention

Al Ries : marketing is a battle of mind perception

stratégie et moyens pour accueillir
les prospects et clients
offrir les informations
et les outils utiles aux prospects/
clients
et s'ils le désirent
entrer en relation



inbound marketing

**stratégie et moyens pour accueillir
les prospects et clients**

**offrir les informations et les outils
utiles aux prospects/clients**

et s'ils le désirent

entrer en relation



**GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT**

TECHNOLOGY & INNOVATION

CCP Grenoble

 CCI GRENOBLE

INBOUND

A fundamental shift in the way you do business and is a philosophy based on helping people. The inbound approach to doing business is more human and **customer-centered**.



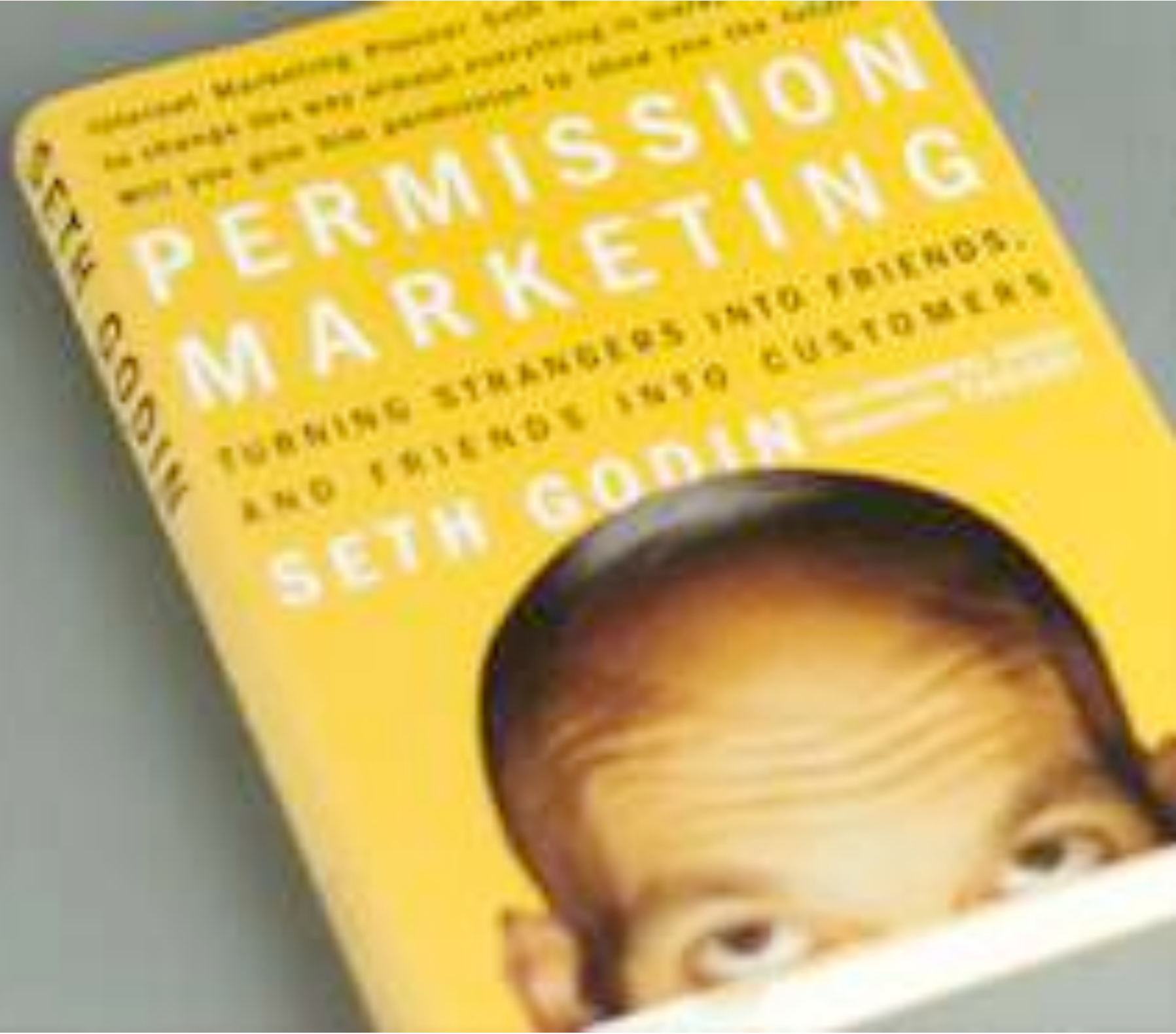
Il vaut mieux toucher
les gens qui comptent

que de compter les
gens qu'on touche



Origines

Permission marketing de Seth Godin (1999)



GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT

TECHNOLOGY & INNOVATION



Google Trends

Inbound marketing

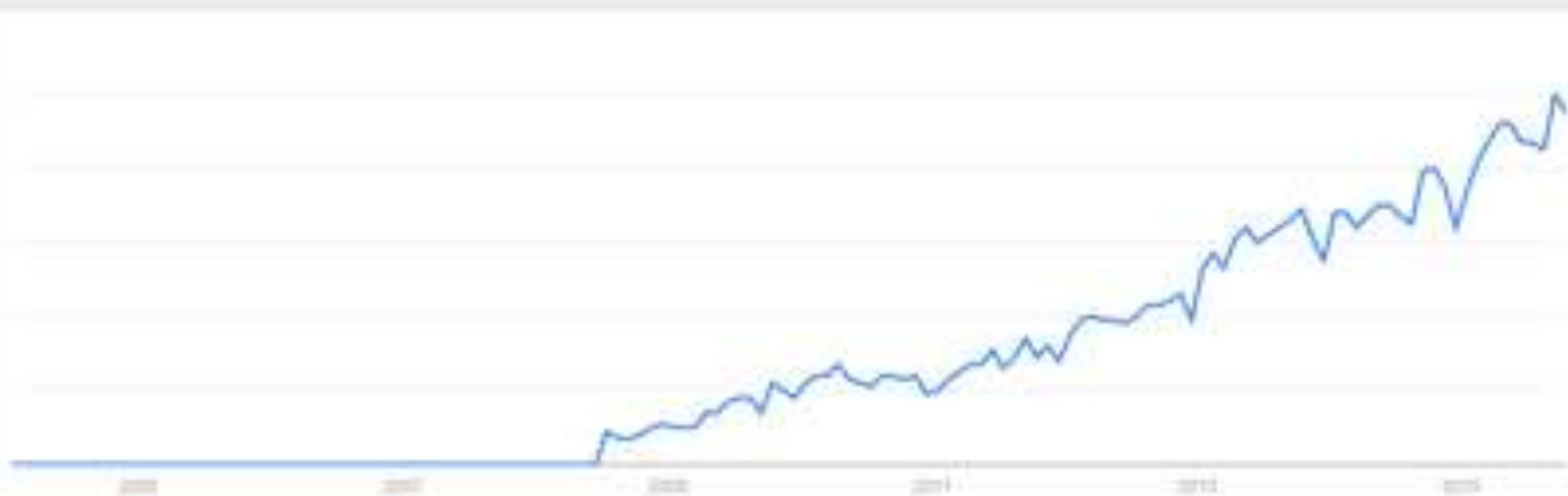
Termes de recherche

+ Ajouter un terme

Évolution de l'intérêt pour cette recherche

Titres des actualités

Prévisions



inbound marketing

Terme de recherche

France

Royaume-Uni

États-Unis

+ Ajouter un lieu

Évolution de l'intérêt pour cette recherche

Titres des actualités

Prévisions



Micro Moments
Stimulus
Know / Go
Do / Buy

PRE SALES
Avant-Ventes
Support
Assurance
Rassurance
Confirmation
Stock / délai / livraison
Conditions
Retours possibles ?



AFTER SALES
SAV service client
Social SAV
FAQ
Vidéo Utilisation

Social
Referrals

SEARCH
SEO
+ SEA

Négociation
Closing
ABC





Les moyens du inbound marketing

**Blog, Webinar
réseaux sociaux**

QrCode

ChatBots / LiveChat

brand content

**SEM (SEO principalement + Social Search,
ASO, +/- SEA)**

e-mailing en OPT-in

1/ SEO

2/ RoPo

3/ OmniCanal

4/ Social Selling

5/ ZMOT & MicroMoments

6/ Parcours client

7/ OnBoarding



ONBOARDING





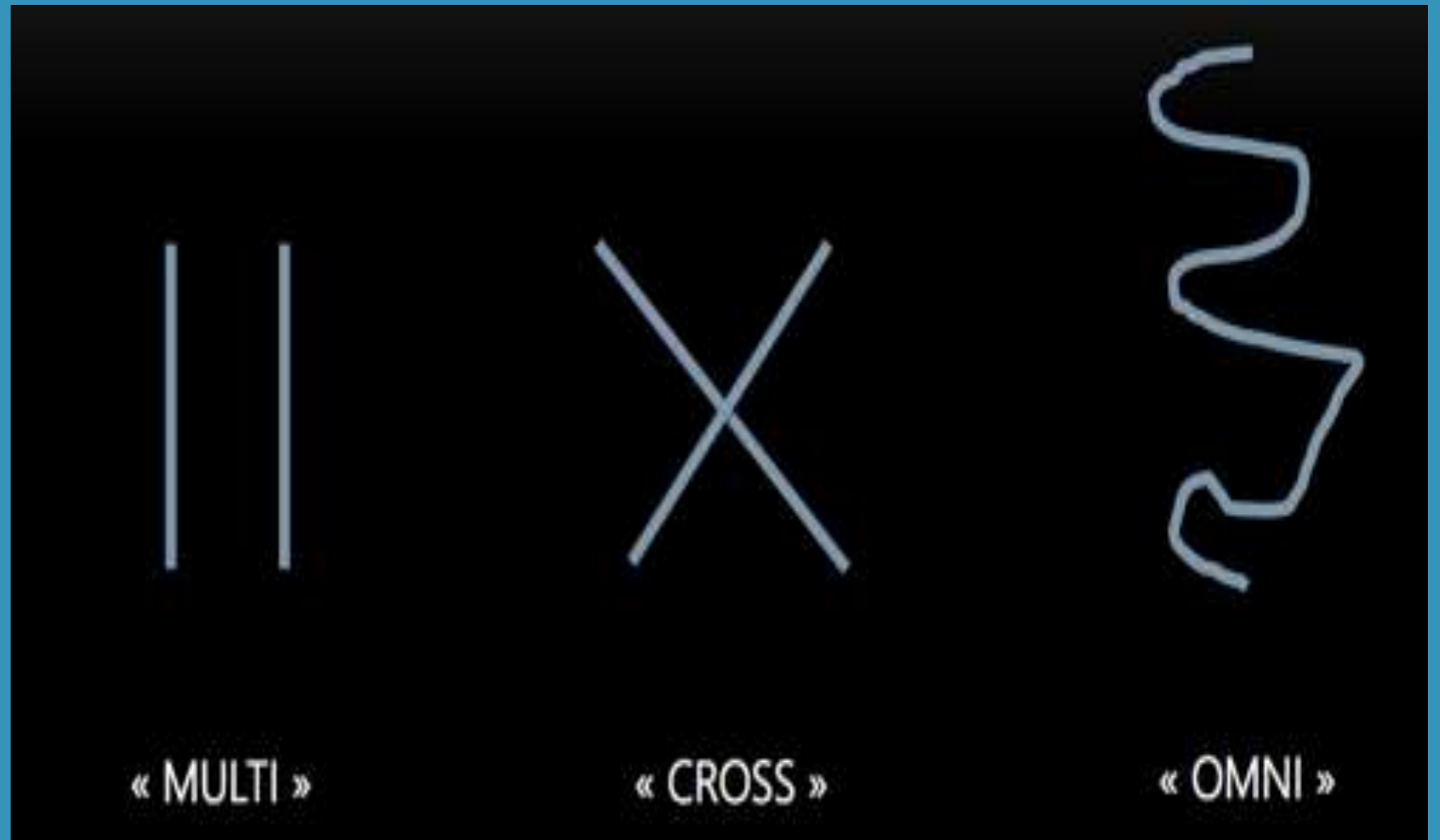
Stimulus

ZMOT
↑

First
Moment of Truth
(Shelf)

Second
Moment of Truth
(Experience)

multi
cross



Canal
& WTS

...

être là où est le client,
utiliser l'outil du client,
optimise
l'expérience client





Outil de INBOUND par excellence

Personnalisation



LiveChat

LiveChatApp

ZenDesk

intercom.com

La communication avec les clients ne devrait pas être aussi difficile.



Avec Intercom, c'est simple, personnel et amusant pour tout le monde.

zendesk chat formerly zopim

Parlez à vos clients en temps réel
Le chat en direct est un moyen plus rapide et plus personnel de communiquer avec vos clients.

ESSAYEZ ZOPIM

Gratuit pendant 14 jours. Pas besoin de carte bancaire.

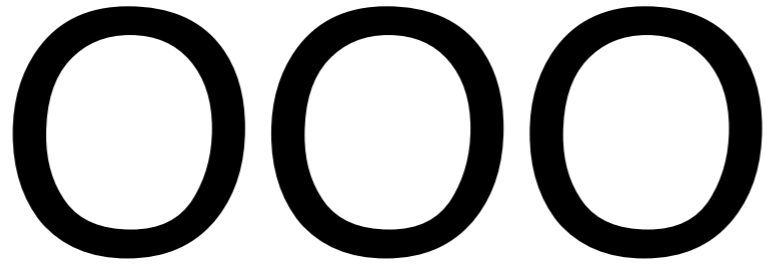


The **fastest** way to help your customers

Start chatting with visitors who need your help using a free 30-day trial.

SIGN UP FREE





Out Of Office

messages



CONVERSATION MARKETING





marketing d'influence



CONTENT

//

FOMO

G

CONTENT BIG PICTURE

Infobésité

Content
Stratégie

Lovemark

1

2

3



1

Infobésité

FOMO
Info-Snacking
10 heures
Hyper Choix
Digital Detox
NoMoPhobie

2

BRAND CONTENT

StoryTelling / Newsletter
Qualité rédactionnelle
Native ad / Gamification
Curation / Vidéo / Podcast
RTM / SEO / NewsHack
Livre blanc / Webinar
Learn Marketing / WebSerie

POEM

3

LOVEMARKS

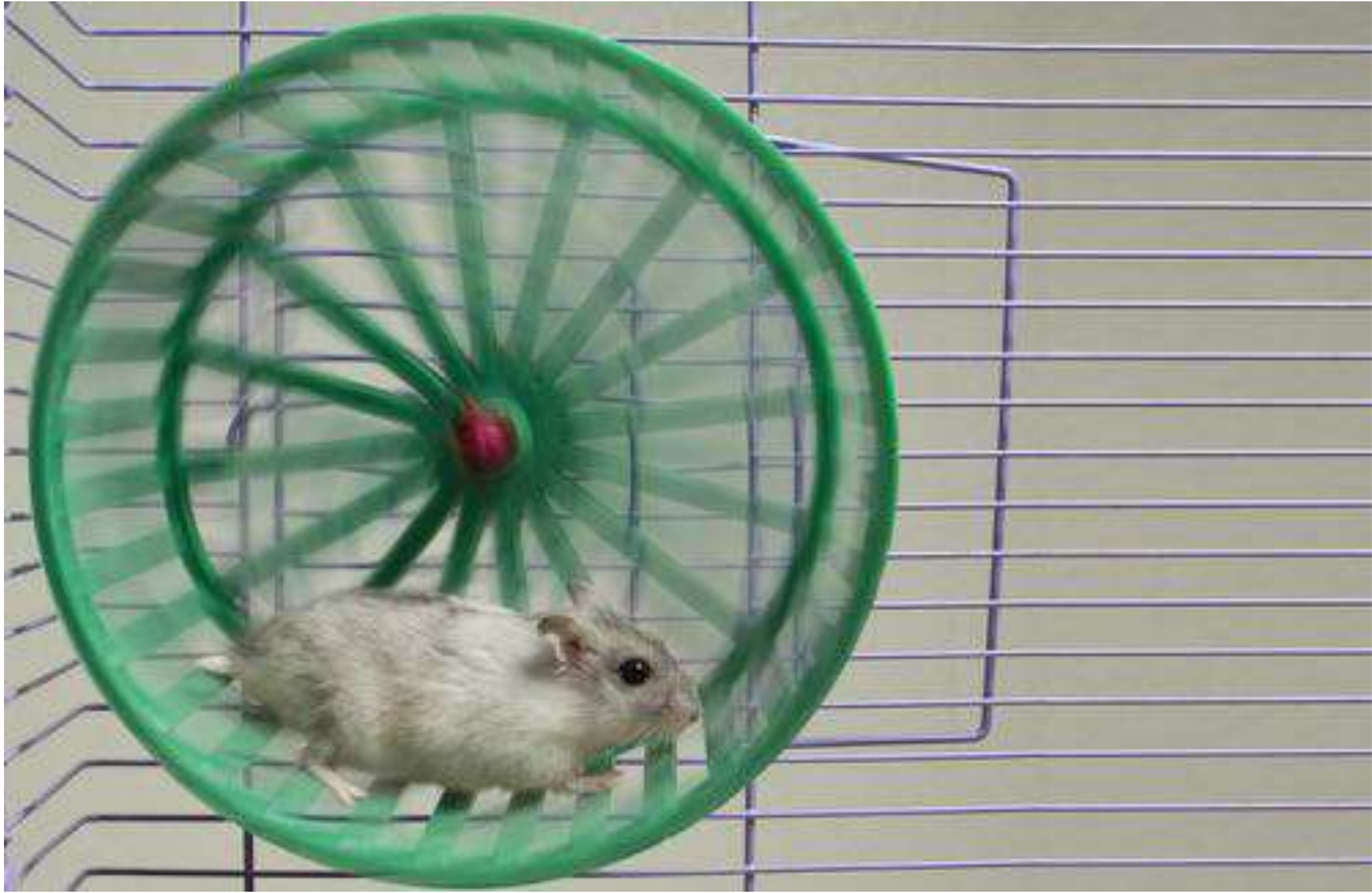
Respect du lecteur
Respect du client
Fidèle au-delà du
raisonnable



Info Cacophonie



Syndrome du Hamster





WIKIHOW.COM
©2014 Wikihow, Inc.



« Le brand content c'est
ce que devrait être la
bonne publicité »



« production de contenus
nouveaux par les
marques »

Hubert Kratiroff
(Les fonctions du marketing)



**Content is
king**



“Content is King”

Bill Gates, 1996



Context
is good



hk

Création de **contenu** :

UGC user generated content

experts (indépendant,
marque, consultant)

artistes (ponctuel, récurrent)

influenceurs (...)



Avant / Après

PUB : faire passer un message

**BrandContent :
partager une expérience**



...avant une
marque faisait des
pubs, aujourd'hui
elle fait des romans



HK, prévision 2017

Lady

Nouvelles



Gallimard

LADY

Nouvelles

nrf

GALLIMARD

CÉCILE GUILLBERT, <i>Petite phénoménologie du soi à main en général et du Lady Dior en particulier</i>	9
ÉRIK REINHARDT, <i>Age et Nostalgie</i>	21
ADAM GOPNIK, <i>Le soi à main philosophique</i>	43
ALEXANDER MANN, <i>Les chiens malins</i>	51
CAMILLE LAURENS, <i>Le fond du soi</i>	75
ANTHONY MARRA, <i>La proposition</i>	95
SELY KAPRIELLAN, <i>Last Night a L. D. Saved My Life</i>	109
COLOMBE SCHNYER, <i>À l'infini</i>	113

StoryTelling

NoStory : NoBusiness



Best StoryTelling ever
veni vedi vici

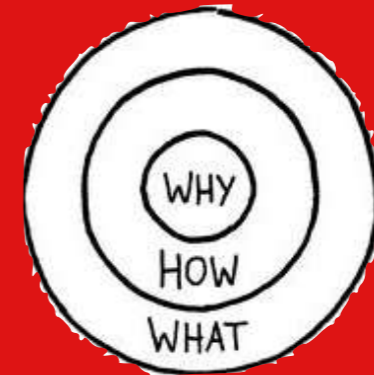
second StoryTelling
asteroide B612





Simon Sinek

WHY



GE the message



GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT
TECHNOLOGY & INNOVATION

CCI GRENOBLE

Volvo Trucks - The Ballerina Stunt (Live Test)





GAMIFICATION





LEARN MARKETING

TENDANCE EN

PLEIN ESSOR

**LE MEILLEUR
BRAND-CONTENT**



Data Storytelling

Conference & Awards

Conférence de rédaction

Sample - Content Marketing Plan

		Line Budget	January				February				March				April				May				June				July				August				September				October				November				December																																				
Tactic	Creation Effort	Budget	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4																																	
Awareness/Nurture Normal Track																																																																																			
Twitter / Social Push (Linked-in)	Light Internal	\$ -	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T																																	
Blog Article	Light Internal	\$ -	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B																																	
Survey	Light Internal	\$ 200.00									S												S																																																												
Infographic	Heavy Outside	\$ 5,000.00	I												I												I								I												I																																				
White Paper	Heavy Internal	\$ 6,000.00	P												P												P								P								P																																								
Webinar	Heavy Internal	\$ 10,000.00		W																							W								W								W																																								
Email Blast	Light Internal	\$ 2,500.00	E												E								E				E								E								E																																								
Nurture Weak Track																																																																																			
Email Blast																																																																																			
Survey - Targeting interest and budget																																																																																			
Nurture Aggressive Track																																																																																			
Email Blast - Target Special	Light Internal																																																																																		
Email Blast - Special VIP Invite TS	Heavy Internal										E	V	E					E	V	E									E	V	E																																																				
Survey - Target Product	Light Internal		S																																																																																
Sales Track																																																																																			
TOFU (Toolbox) - Listen, Interest, Value			U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U																																	
Video Overview	Heavy Outside																																																																																		
DEMO	Heavy Internal																																																																																		
White Paper - Value	Heavy Internal																																																																																		
MOFU (Toolbox) - Explore, Decide, Ability			U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U	U																																	



1/3 curation
1/3 recyclage
1/3 nouveau
content



CONTENT DISTRIBUTION



CURATION

Verbe : curer !

Curation de contenus

Sélection + Agrégation +
Éditorialisation + Contextualisation +
Enrichissement + Partage

=

Curation






modern marketing

Curated by 

Paste a link to create a new scoop

Scoop without link | Upload your own document | Get suggestions Scoopd by Live Desktop Broadcasts, Mid-Roll Video Ads & More: 7 Facebook Changes You May Have Missed Scoopd by Le monde en 2022 selon IBM From www.ladn.fr - January 18, 2022 PM

"À la lecture des tendances d'IBM pour 2022 on frissonne. Autant d'excitation que de peur. L'entreprise prévoit que dans 5 ans, grâce aux avancées technologiques, une grande partie de l'invisible sera visible."

Scoopd by 'We're the Uber of X!' From www.entrepreneur.com - January 5, 11:05 AM

"A reminder of this story on that can lead to business 'this Uber' of

Ma liste

Archives

Filtres

Favoris

Highlights

Balises

Articles

Vidéo

Obtenez l'expérience Pocket ultime

Protégez vos sauvegardes et découvrez plus de fonctionnalités avec Pocket Premium.

Mettre à jour →

Ma liste

**10 cas d'usage de la blockchain dans l'Aérien**

tomtravel - 4 min

Dans son rapport visant à mesurer la capacité de l'Aéronautique et de l'Aérien à industrialiser

...

**IAE UNIVLYON3 SYSTÈME D'INFORMATION**

toutsurlemarketing.com

Intro - Digital + Data / BI Jeopardy -HE NPS

...

**1274, l'immobilière des avocats**

1274.fr

...





POEM



POEm

Paid

Owned

Earned

Média & Marketing



PAID

Achat d'espace

Displays

Liens sponsorisés

Programmatisation & RTB



OWNED

propriété de l'annonceur

website

catalogue

print

newsletter

emailing

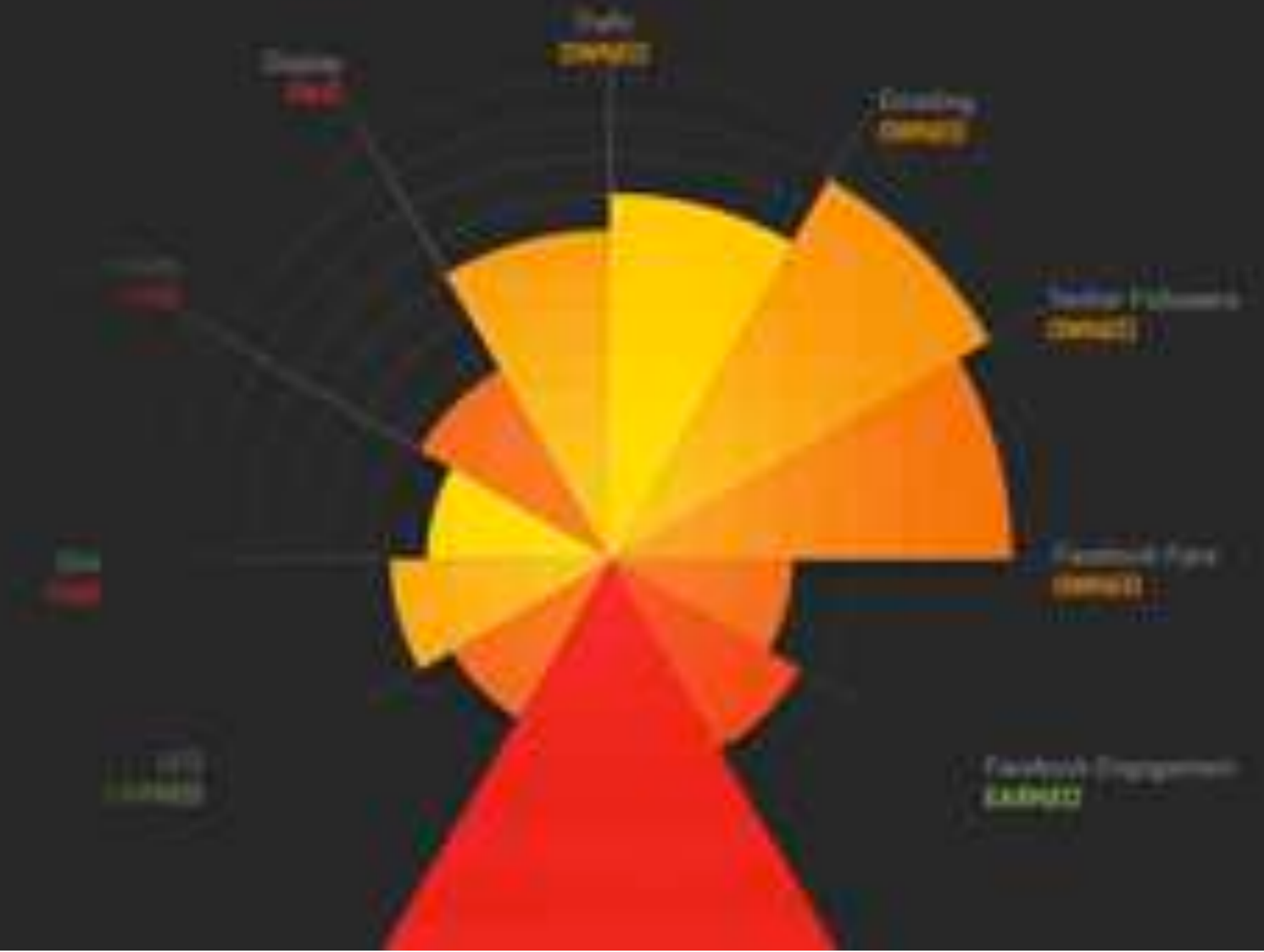


EARNED

**Ensemble des retombées générées
gratuitement par une marque**



Empreinte digitale



CONTENT STRATEGY



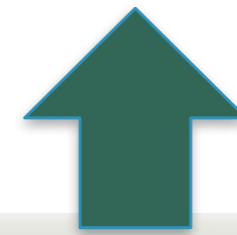
PAID

- Bannière
- PPC
- Mobile adv
- App
- ...



OWNED

- Websites
- Mobile sites
- APP
- Proprietary blogs
- Video
- Data Planning
- E-mail Marketing
- SMS & Mobile



EARNED

- Social média
- Word of mouth
- Forum
- News PR
- Bloggers



Stop

Paid media

Media passif

Client passif



GO

Earned media

Media participatif

Client VRM



Key TakeAways

ce qu'il faut retenir



Paid (-)
Owned (+)
Earned (++)

