

AR24

4 avril 2023

ALCYON RENAISSANCE 2024

4 avril 2023

AR24

ALCYON RENEW 2024

4 avril 2023

AR24

ALCYON RÉINVENTÉ 2024

4 avril 2023

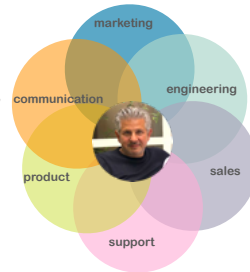
AR24

4 avril 2023




**technology
evangelist**

hubert@kratiroff.com



technology evangelist

full stack marketer
CDDO: chief digital/data officer
DPO: Data Protection Officer
expert **learn marketing, CMI, marcom**
everyday writing, coding & programming
entrepreneur / consultant

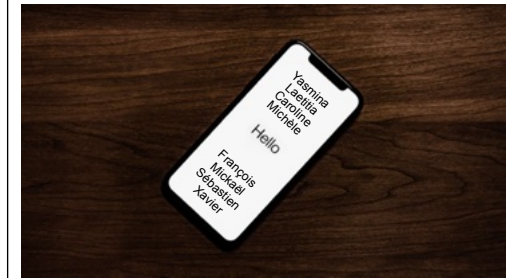


hubert@kratiroff.com

@kratiroff

linkedin.com/in/kratiroff

06 80 43 29 05



La définition du mot "Crisis" en chinois

Crisis

危机

DANGER OPPORTUNITÉ

Le mot CRISIS est composé de deux caractères. Le premier caractère « danger » représente un homme au bord d'un précipice. Le second, souvent associé au vocabulaire des machines, signifie opportunité / chance lorsqu'il est associé à @. La sémantique chinoise est dans ce cas plus positive en évoquant le caractère favorable qui peut représenter une crise pour une organisation.

#neWWorld

Michel Houellebecq
La carte
et le territoire

**PRIX
GONCOURT
2010**

Plannmarketing



mise à jour logiciel



La question

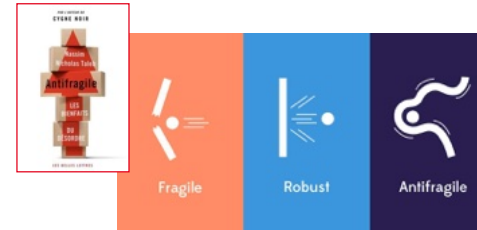
4 avril 2023

AR24

ALCYON
RÉINVENTÉ
RENEW
RENAISSANCE

4 avril 2023

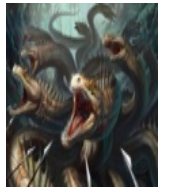
AR24



fragile
sensibile, peur du stress

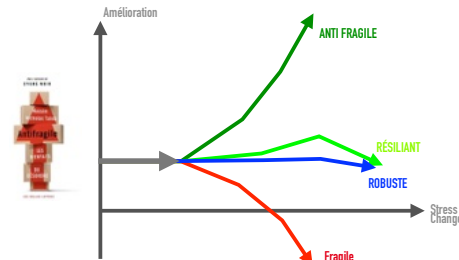


résilient
robuste, puissant, résiste au stress



antifragile
renforcé par l'adaptation au stress

KINTSUGI ET
ANTIFRAGILITÉ



Le nom reste,
le reste change

4 avril 2023

AR24

the worlds
most
innovative
companies

SI VOUS NE PRENEZ PAS
SOIN DE VOS CLIENTS,
UN CONCURRENT LE FERA



FUN FACT
chacun raconte une
anecdote client ou un cas
spécial ou une demande
étonnante

4 avril 2023

AR24

QUESTION

quelle question allons nous résoudre en 6 heures ?

4 avril 2023

AR24



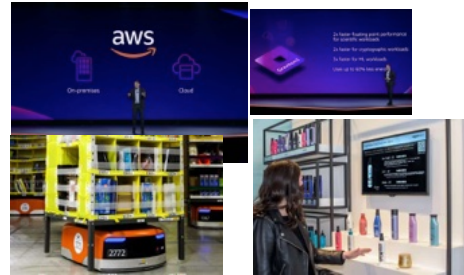
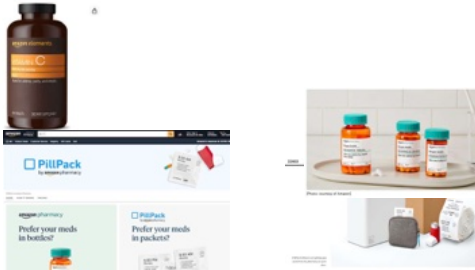
Amazon's long term bold vision

- #1 ANYTHING
- #2 ANYWHERE
- #3 ANYTIME

Comprendre l'impact de votre marque sur l'ensemble des canaux

INTRODUCING amazon go

AI + amazon = amazon go



Retail Media

Différents points de vue du Retail Media

Pour un **retailer** : valorisation des assets - websites, points de vente, APP, parking, **data**..

Pour une **marque/industriel** : une autre façon d'annoncer, de négocier, de se développer, de connaître

Pour les **consommateurs** : coupon, remise



Market capitalization of Zoom Video Communications vs. the 15 biggest airlines

zoom Video Communications \$151.1B	Southwest	\$25.2B	RYANAIR	\$16.9B	FRONTIER	\$14.0B
	ALLEGiant	\$12.3B	ALLEGiant	\$10.6B	ANA	\$7.6B
	DELTA	\$21.6B	ING	\$6.9B	United	\$4.8B
	UNITED	\$11.0B	United	\$5.0B	jetBlue	\$3.8B
	jetBlue	\$6.4B	jetBlue	\$3.1B	Allegiant	\$1.9B
	Allegiant	\$1.9B	Allegiant	\$1.9B	Allegiant	\$1.9B
	Allegiant	\$1.9B	Allegiant	\$1.9B	Allegiant	\$1.9B
	Allegiant	\$1.9B	Allegiant	\$1.9B	Allegiant	\$1.9B
	Allegiant	\$1.9B	Allegiant	\$1.9B	Allegiant	\$1.9B
	Allegiant	\$1.9B	Allegiant	\$1.9B	Allegiant	\$1.9B
	Allegiant	\$1.9B	Allegiant	\$1.9B	Allegiant	\$1.9B
	Allegiant	\$1.9B	Allegiant	\$1.9B	Allegiant	\$1.9B
	Allegiant	\$1.9B	Allegiant	\$1.9B	Allegiant	\$1.9B
	Allegiant	\$1.9B	Allegiant	\$1.9B	Allegiant	\$1.9B
	Allegiant	\$1.9B	Allegiant	\$1.9B	Allegiant	\$1.9B

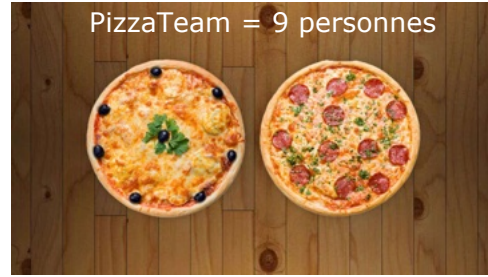
\$151B **\$151B**



11/11/2022
???

100 milliards \$

2023 : divisé en 6



Do More With Less

- Lean Management
- Pizza team
- MVP (minimum viable product)
- POC (proof of concept)

NBIC

NBIC

- Nano (techno, matériaux, graphène, H)
- Bio (techno, mimétisme, blob, axolotl)
- Informatique (IoT, 3Dprint, Additiv, Blockchain, Quantique, Algorithmes)
- Cognitif (IOB, IA, ML, MOOC, edTech, apprentissage adaptif)

IKB79

WorkShop

Les 9 tendances technologiques

People centricity	Location independence	Resilient delivery
Internet of Behaviors	Distributed cloud	Intelligent Autonomous Business
Total experience strategy	Anywhere operations	AI engineering
Privacy enhancing computing	Cybersecurity mesh	Hyperautomation

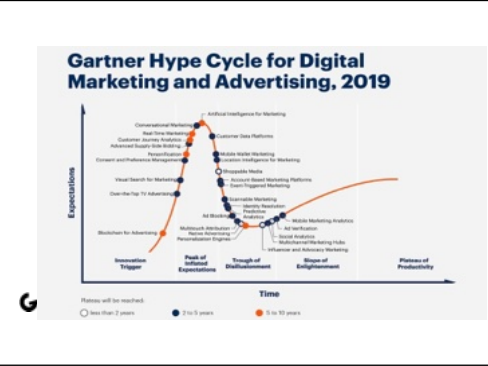
Combinatorial Innovation



andriessen horowitz

Understand the Future, Now

Software is eating the world
WEB 1.0 → 3.0



gov aero ag wine water
food ed legal civic travel
mar -TECH insur
green cal* ad fin deep
prop med

wikinomics blue GIG
thingonomics (IoT) economics new
expectation micro sha | ring macro
offer economy
platform nudge gift
barter collaborative market
attention comportementale

VUCA

complexity Characteristics: The situation has many interconnected parts and variables. These interactions are variable or can be predicted, but the complexity or volume of it can be overwhelming for humans. Example: You are doing business in many countries, all with unique regulatory environments, tariffs, and cultural values. Approach: Reconfigure, bring in or develop specialists, and build a team that can coordinate to address the complexity.	volatility Characteristics: The challenge is compressed in time and may be of unknown duration, but it's not necessarily predictable. Knowledge about it is often uncertain. Example: A retailer's supply chain is disrupted when a supplier goes off line. Approach: Build in slack and diversify resources to prepare in advance. For instance, diversify inventory or sourcing plans. These steps may require significant investment, but they may also significantly improve your ability to manage through the risk.
ambiguity Characteristics: Current information may be uncertainly unclear. The perception can be like "foggy" or "foggy" or "foggy". Example: You decide to invest in a new product line, but the market is unclear and you are unsure if you can compete. Approach: Experiment, understand the market and what is causing the uncertainty, and then make decisions based on what you know. Design your experiments so that they are based on what you know.	uncertainty Characteristics: Change is not only of unknown duration, but it's not necessarily predictable. Knowledge about it is often uncertain. Example: A competitor's leading product launch is uncertain. The future of the business and the market. Approach: Invest in information, collect, interpret, and share it. This may lead to competition with structural changes, such as adding information analysis capabilities, the can reduce ongoing uncertainty.

VUCA Simplifié

Peu de connaissances de l'écosystème actuel	Bonnes connaissances des marchés concurrents...
Bon degré de prévision, bonne vision du futur	Bonne vision du futur et des évolutions
Peu de connaissances de l'écosystème	Bonnes connaissances du concurrent
Aucune vision du futur	Pas de vision du futur

↑ Connaissance du futur

← Connaissance du passé / présent →

VUCA

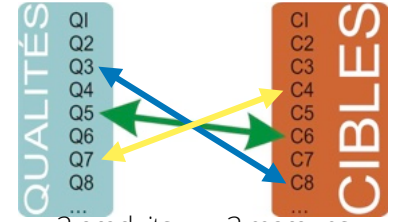
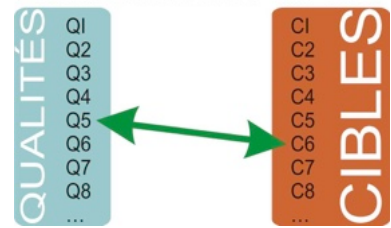
Concurrence
Attentes clients
Talent
Technologie
Parties prenantes
Economie

Notre concurrence est composée à la fois de multinationales, de PME et de startups. Nous sommes confrontés à une concurrence plus agressive et plus innovante que jamais. Le modèle des changements rapides des candidats affecte notre attractivité. Nous sommes en concurrence avec des entreprises qui ont des modèles d'affaires innovants et des capacités de réponse plus rapides. Nous sommes confrontés à une concurrence plus agressive et plus innovante que jamais. Le modèle des changements rapides des candidats affecte notre attractivité. Nous sommes en concurrence avec des entreprises qui ont des modèles d'affaires innovants et des capacités de réponse plus rapides.	Dans notre industrie, certains concurrents ont des modèles d'affaires innovants et des capacités de réponse plus rapides que nous. Le modèle des changements rapides des candidats affecte notre attractivité. Nous sommes en concurrence avec des entreprises qui ont des modèles d'affaires innovants et des capacités de réponse plus rapides. Le modèle des changements rapides des candidats affecte notre attractivité. Nous sommes en concurrence avec des entreprises qui ont des modèles d'affaires innovants et des capacités de réponse plus rapides.
---	--



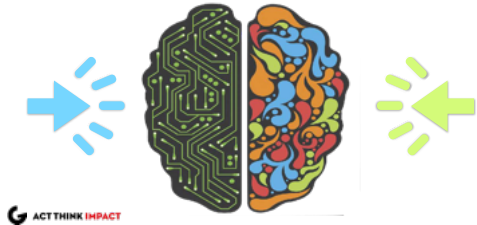
Discipline reine du marketing
= Positionnement

POSITIONNEMENT BIJECTIF

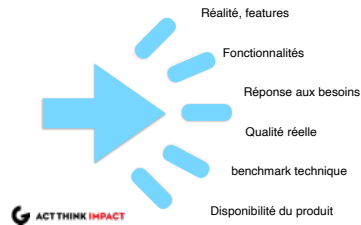


3 produits - 3 marques
3 propositions de valeur ≠

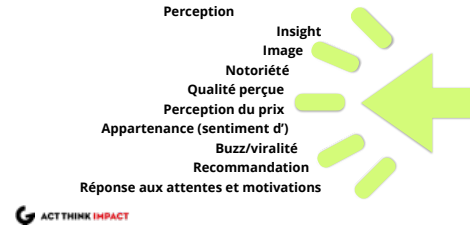
Satisfaction objective / subjective



Satisfaction objective (cerveau gauche)



Satisfaction subjective (cerveau droit)

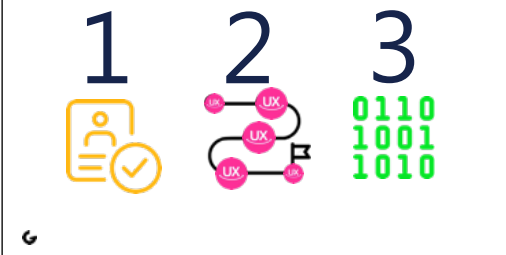


marketing de l'offre

Offre initiale (solution)
Problème résolu
Persona
Carte empathie
Value proposition
Offre finale
Distribution

Persona
Carte empathie
Problèmes réels
Value proposition
Offre
(solution qui résout le problème)
Distribution

marketing de la demande

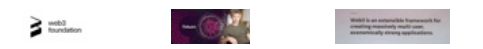


- customer obsession
user centric
besoin utilisateur
pain point / problème
collaborateur
manager / équipe
cible / segment
GEN BYXZα
proposition de valeur
cas d'usage
- parcours / UX
Journey
point de contact
touchpoint
publicité / SAV
téléphone
conversation
sans couture
sans défaut
sans friction
differentiation
offre
pain killer
candy
vitamine
- DATA
IoT
Connexion 4G
WiFi
BLE
capteur
tracking, tracing
JOB
NPS
MCA
JA
ML
DataLake
5V



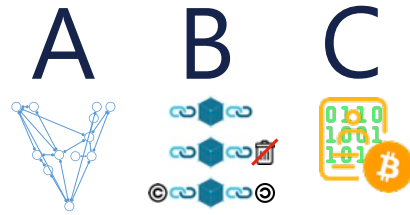
The term "Web3" was coined by Gavin Wood in 2014
Ethereum & Polkadot founder

« decentralized online ecosystem based on blockchain »





Web 3.0



PILIERS WEB3

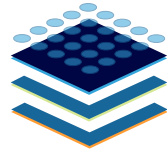
A B C

Decentralized web
DAO
Holacracy
Scrum

Transparence
Blockchain
Linked data
Ownership

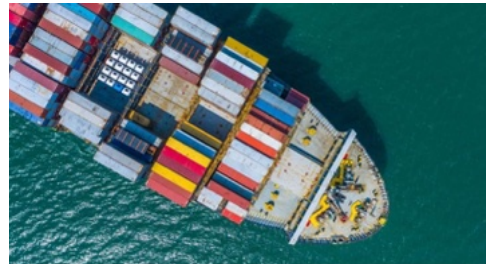
Trust
Verified-ID
Native payment
play to pay
DeFi

PILIERS WEB3



PLATFORM

platform economy



disruption
servicisation
uberisation
platformisation

SaaS
IaaS
PaaS
Subscription
Rental
Servitization

AI AAS

AI As A Service

Si les produits deviennent des services...
que deviennent les services ?



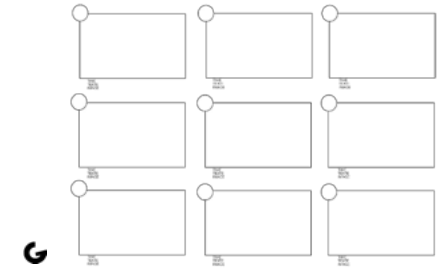
Dans la ruée vers l'or
ceux qui se sont
enrichis

Marchand de
jeans et de pelles



idem black car (leasing de VTC)

Simon Sinek
WHY



LEARN MARKETING
TENDANCE EN
PLEIN ESSOR
LE MEILLEUR
BRAND-CONTENT



moteur de
recherche

moteur de
réponse

UX

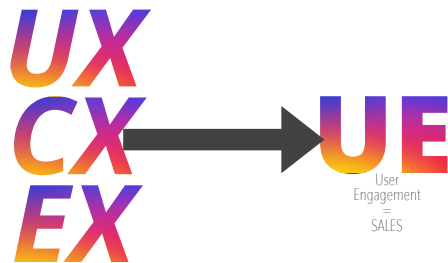
UX > CX
nombre
plus de user que de client

CX > UX
qualité
plus de contact avec les clients

Taxinomie

physique
web
mobile
sociale
metavers

face à face
téléphone
web1 2
web3
in APP
push
réseaux sociaux
réseau spé
metavers
marque
meta gén



Nouvelles Attentes

Pourquoi se contenter du
minimum ?

Lost ... Greatest ... Silent ...
BabyBoomer (1940 - 1965 +/- 6 ans)
GenX (1955 1985 +/- 8 ans)
GenY = Millennials (1979 1999 +/- 5 ans)
GenZ = Digital Natives = GEN C (1994 2007 +/- 4 ans)
alphaGEN ? = 2008 - 2020 ?
SingularityGeneration ?? 2018 - 2030



1999 : web et internet
2010 : mobile
2016 : Living Services

source : Google, Accenture



If you're not on Google,
You don't exist



LS
Living Services

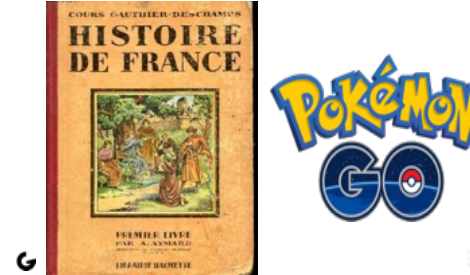
Liquid Expectation

- Partir / sortir sans payer
- Réserver d'un clic
- Commande par bouton (DASH)
- Connexion permanente
- Temps réel pour tout



Consommateur Sans Limite

un consommateur ça ose tout,
ça compare tout,
ça demande (exige) tout,
ça commente tout, partout,
ça ne lit RIEN (tl;dr)
ça demande un secret total des
informations confiées
→ Expectation Economy



Les lois de
Michel Audiard

UX : User eXperience

toutes interactions
perçues par l'utilisateur
avant, pendant et après
l'usage

toutes : omnicanal
interactions : touchpoint, point de contact
perçues : même celles non voulues par l'entreprise
utilisateur : client, consommateur, autre
avant, pendant, après : parcours complet,
customer journey
usage : achat, utilisation, test, destruction

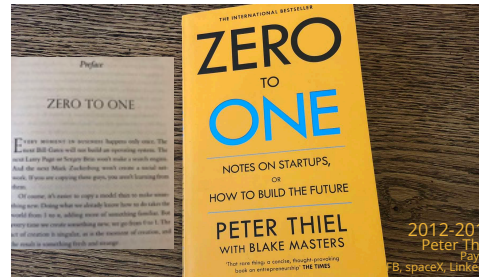
Bâtir une bonne UX :
1/ supprimer
et seulement après
2/ ajouter

1/ Supprimer les :
irritants, allergènes
points de friction (frictionless)
coutures (seamless)
défauts (flawless)

= simplifier

2/ Ajouter :
satisfaction, fluidité
art, plaisir, sentiment
personnel, émotion
sourire, humour

= enchanter



Les 3 étapes de toute
Innovation / rupture / révolution

- 1 Utopiste / étrange / ridicule
- 2 Impossible / dangereux
- 3 Évident / simple

Thiel / Aberkane

Ridicule
Dangereux
Évident

(délai)

(délai)

