

ARR24

4 avril 2023

ALCYON

RENAISSANCE

2024

4 avril 2023

AR24

ALCYON

RENEW

2024

4 avril 2023

AR24

ALCYON

RÉINVENTÉ

2024

4 avril 2023

AR24

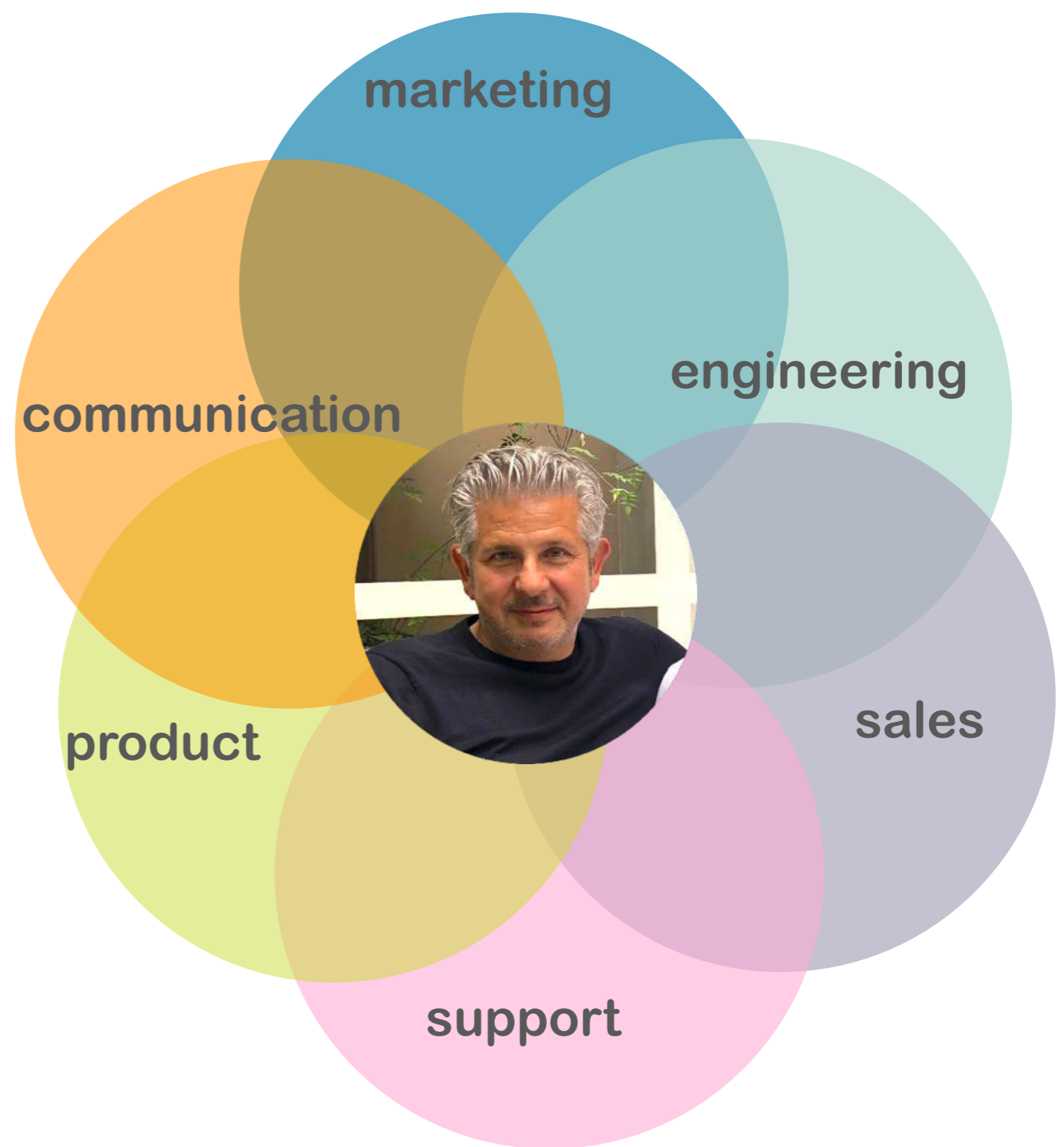
4 avril 2023





technology evangelist

hubert@kratiroff.com



technology evangelist

full stack marketer

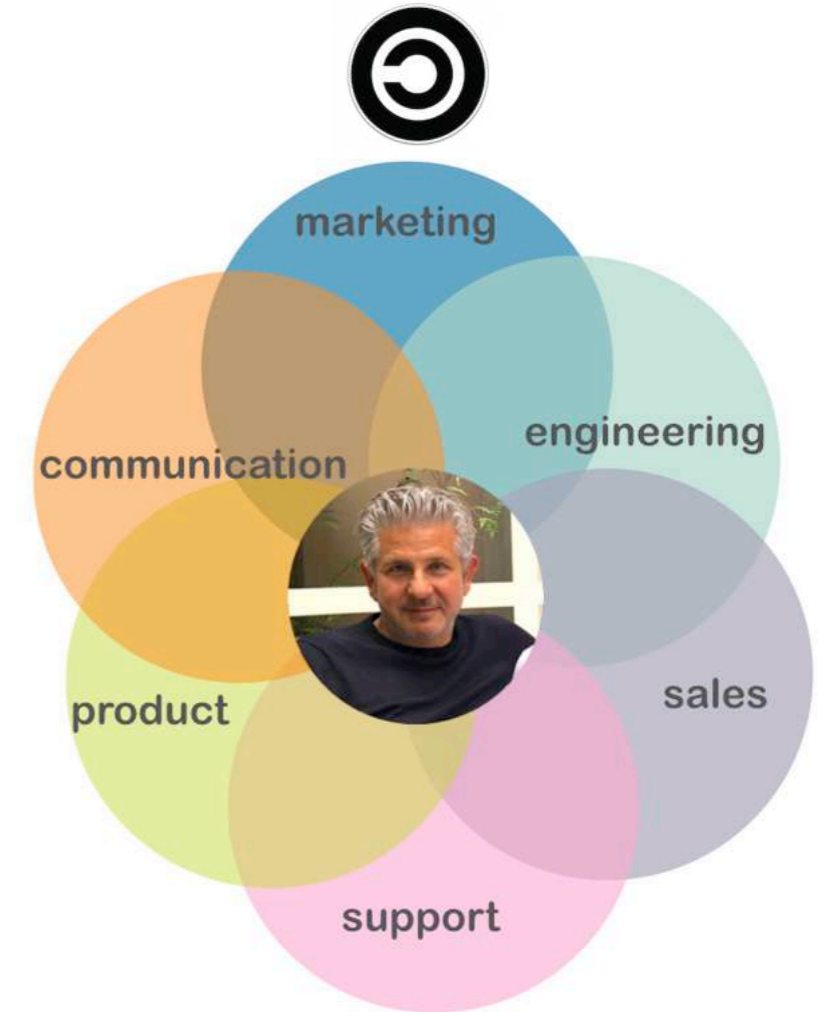
CDDO: chief digital/data officer

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

Yasmina
Laetitia
Caroline
Michèle

Hello

François
Mickaël
Sébastien
Xavier







@kratiroff

CX

EX

U

X

lesnouveauxmarketing
.com/ar24

UX





**Act
Think
Impact**

La définition du mot "Crise" en chinois

Crise

危 机

DANGER

OPPORTUNITE

Le mot CRISE 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 会

La sémantique chinoise est dans ce cas plus positive en évoquant le *caractère* favorable que peut représenter une crise pour une organisation.

#newWorld

Michel Houellebecq
La carte
et le territoire

roman

**PRIX
GONCOURT
2010**

Flammarion







mise à jour logiciel



La question

4 avril 2023

ARR24

ALCYON

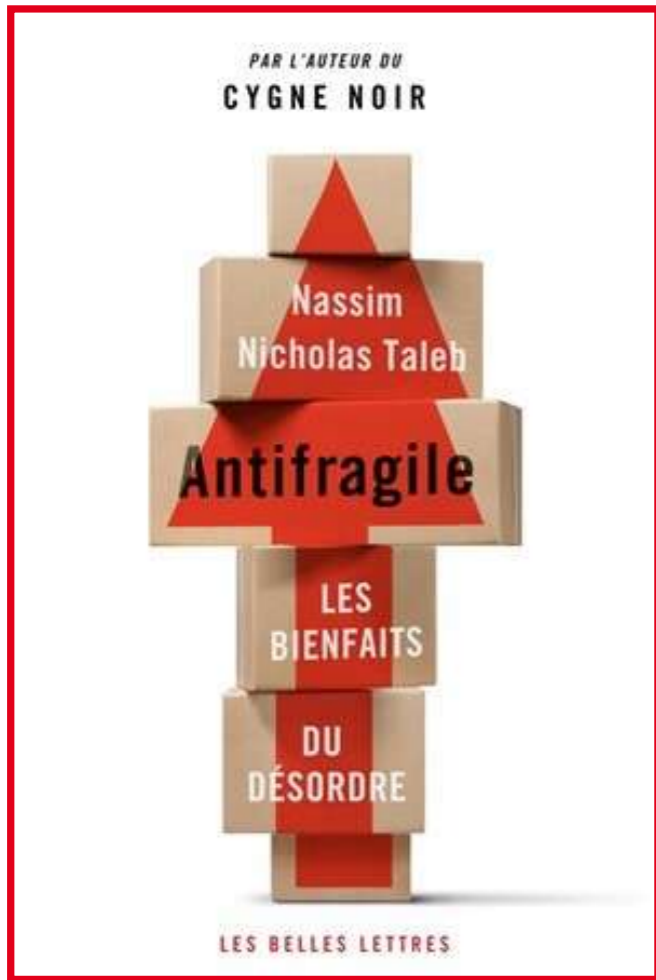
RÉINVENTÉ

RENEW

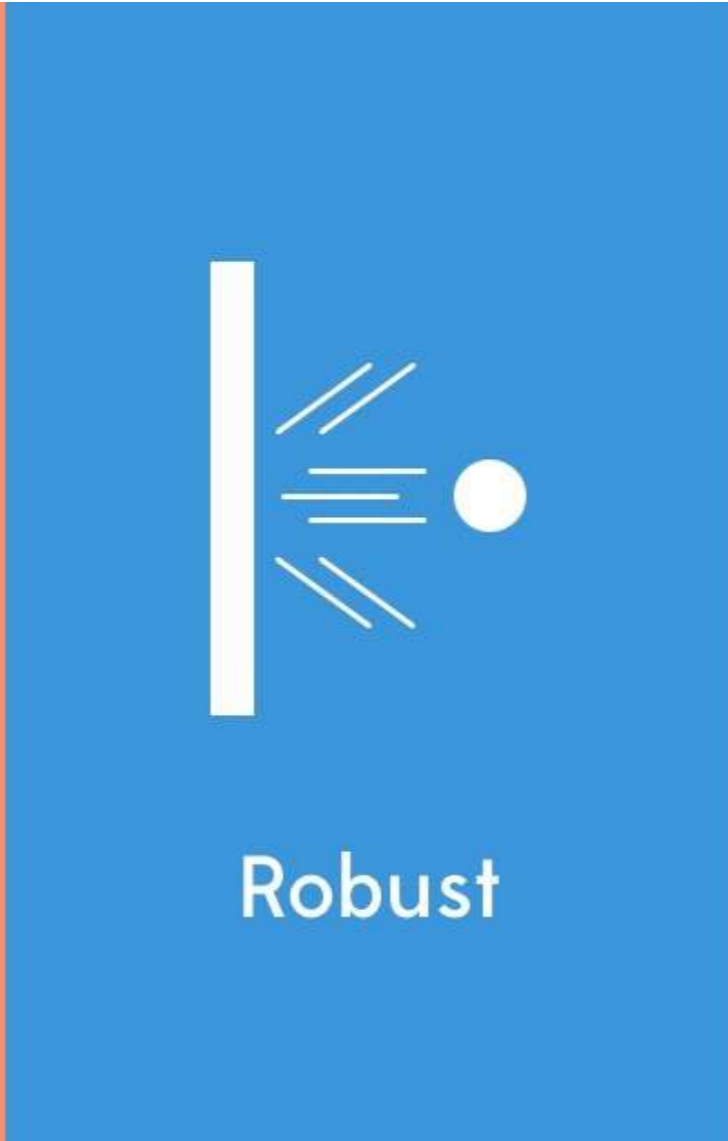
RENAISSANCE

4 avril 2023

AR24



Fragile



Robust



Antifragile



fragile

sensible, peur du stress



résilient

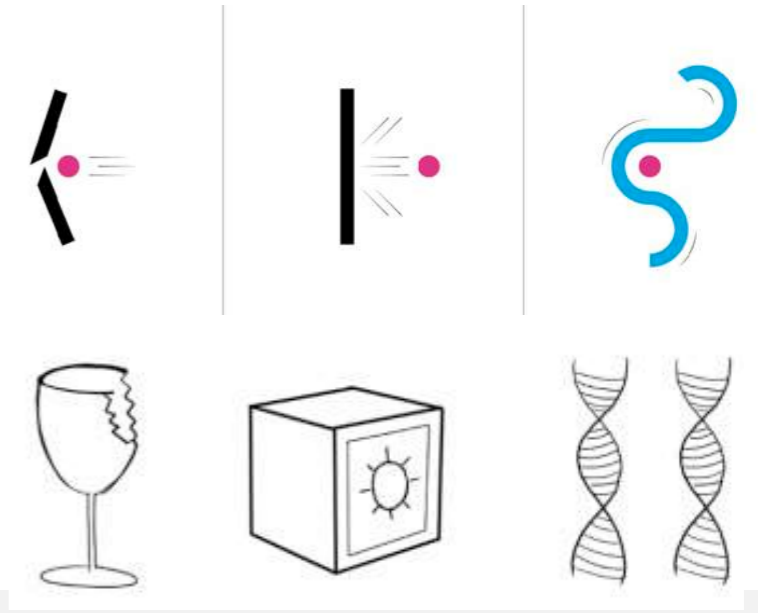
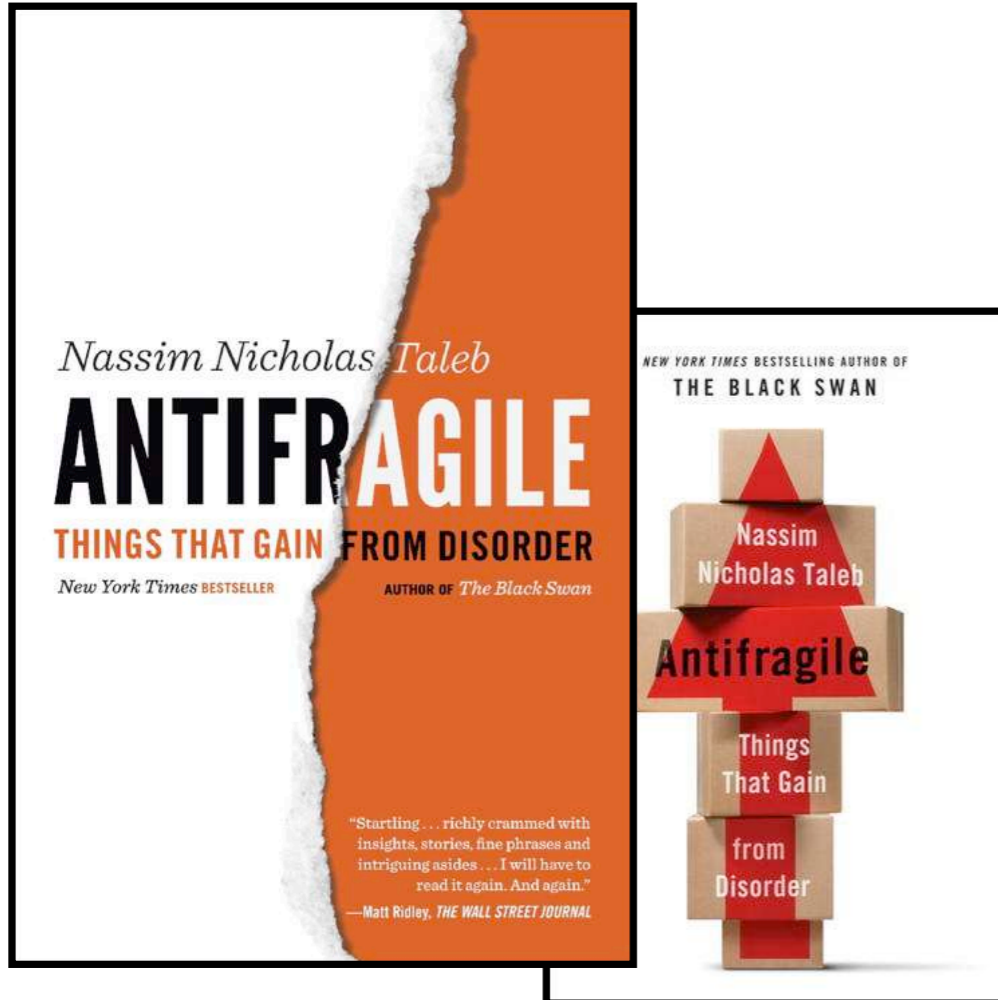
robuste, puissant, résiste au stress



antifragile

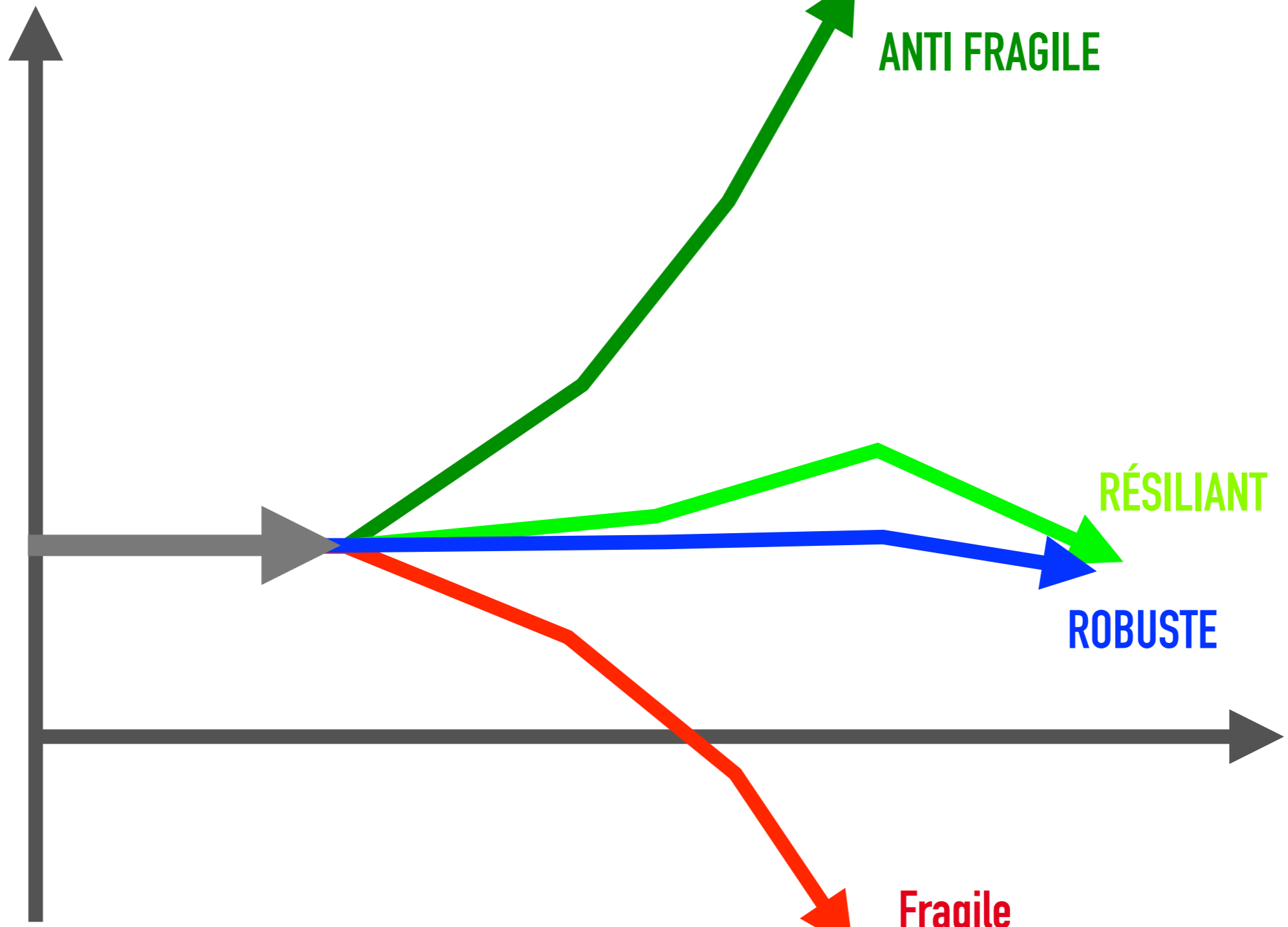
renforcé par l'adaptation au stress

KINTSUGI ET ANTIFRAGILITÉ



Kintsugi
金継ぎ

Amélioration



ANTI FRAGILE

RÉSILIENT

ROBUSTE

Fragile

Stress
Change

PAR L'AUTEUR DU
CYGNE NOIR

Nassim
Nicholas Taleb

Antifragile

LES
BIENFAITS

DU
DÉSORDRE

LES BELLES LETTRES

Le nom reste,
le reste change

4 avril 2023

ARR24

t h e w o r l d s

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

b o s t

i b n o v a t i v e

c o m p a n i e s



SUNSET





road

FUN FACT

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

4 avril 2023

AR24

QUESTION

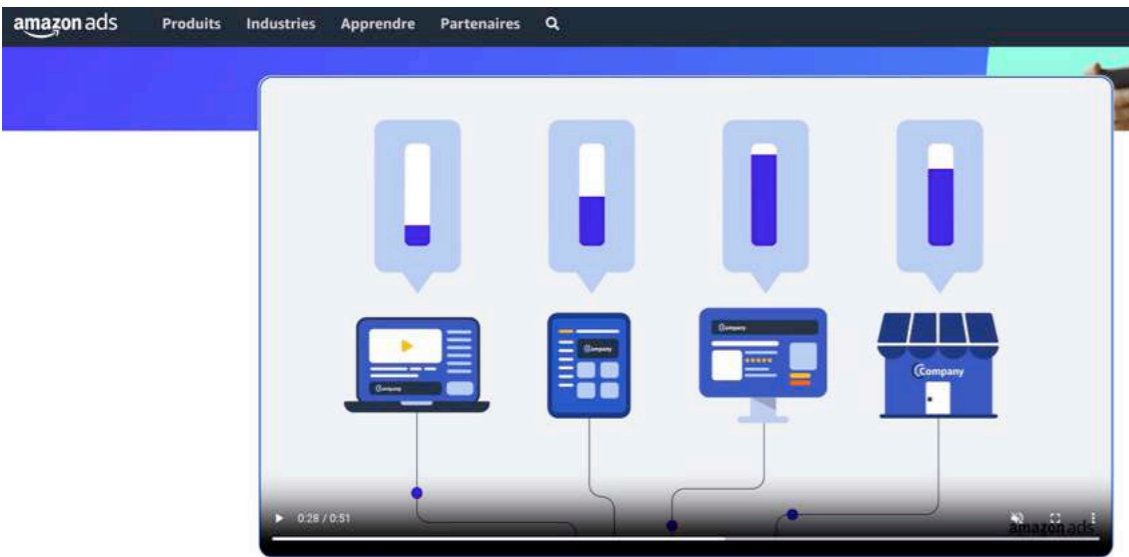
quelle question allons
nous résoudre
en 6 heures ?

4 avril 2023

AR24



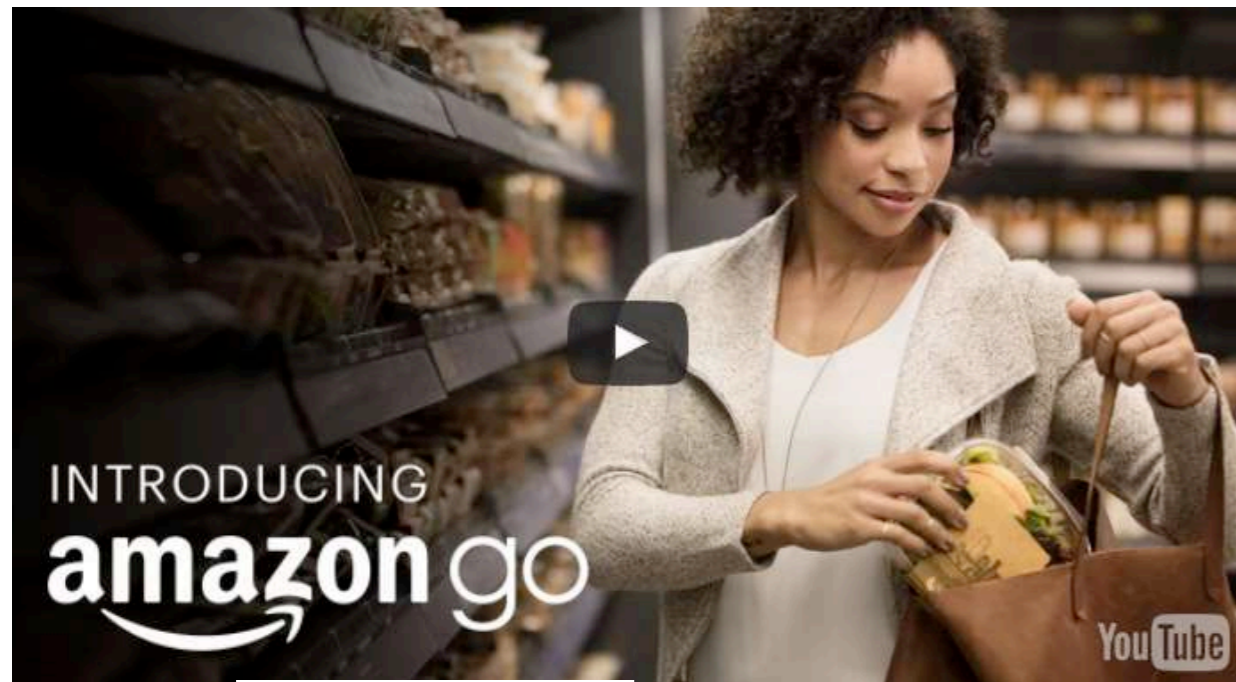




Comprendre l'impact de votre marque sur l'ensemble des canaux


Amazon's long term bold vision

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



AI + amazon = amazon go






amazon elements
VITAMIN C
 1000 mg per serving
 Vegan
 Tested for potency, purity, and integrity.
 300 TABLETS DIETARY SUPPLEMENT

amazon Deliver to France All Hello, Sign in Account & Lists Returns & Orders Cart
 All Today's Deals Customer Service Registry Gift Cards Sell Amazon's response to COVID-19

PillPack
 by amazon pharmacy



8:00 AM
 Monday
 1 METFORMIN 500MG
 1 LOSARTAN 50MG
 1 DHEPRAZOLE 50 40MG
 1 VITAMIN D 1000IU

PillPack by Amazon Pharmacy
 HOME HOW IT WORKS PRICING



IDEO

[Photo: courtesy of Amazon]

amazon pharmacy

Prefer your meds
 in bottles?



PillPack
 by amazon pharmacy

Prefer your meds
 in packets?



6:00 PM
 Monday
 1 ATORVASTATIN 40MG
 1 FISH OIL 1000MG

1:00 P

8:00 AM
 Monday
 1 METFORMIN 500MG
 1 LOSARTAN 50MG
 1 DHEPRAZOLE 50 40MG
 1 VITAMIN D 1000IU



8:00 AM
 Saturday

8:00 AM
 Wednesday

Here's your new PillPack!

PillPack delivers everything you need from the pharmacy to your door.





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



Prime Air



N1997A

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

zoom

Video Communications

\$151.1B

Southwest
\$25.2B

RYANAIR
\$16.9B

AIR CHINA
\$14.0B

中国南方航空
CHINA SOUTHERN
\$12.3B

中國東方航空
CHINA EASTERN
\$10.6B

ANA
\$7.6B

DELTA
\$21.6B

UNITED
\$11.0B

IAG
\$6.9B

Lufthansa
\$5.6B

CATHAY PACIFIC
\$4.8B

American Airlines
\$6.4B

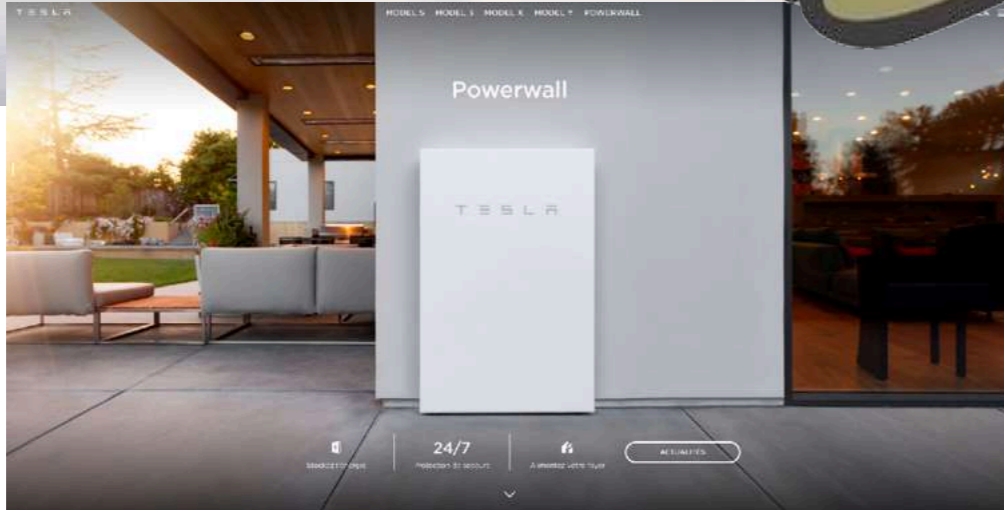
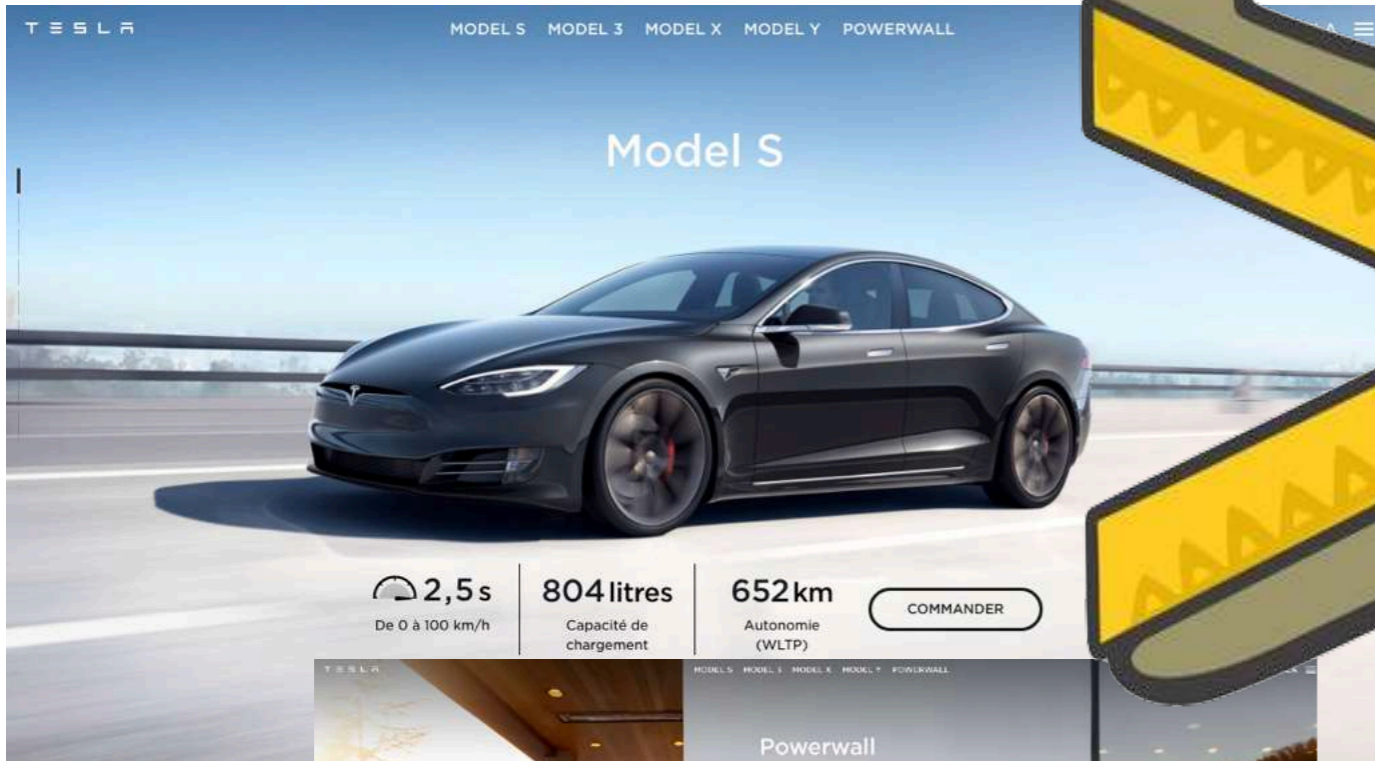
jetBlue
\$3.5B

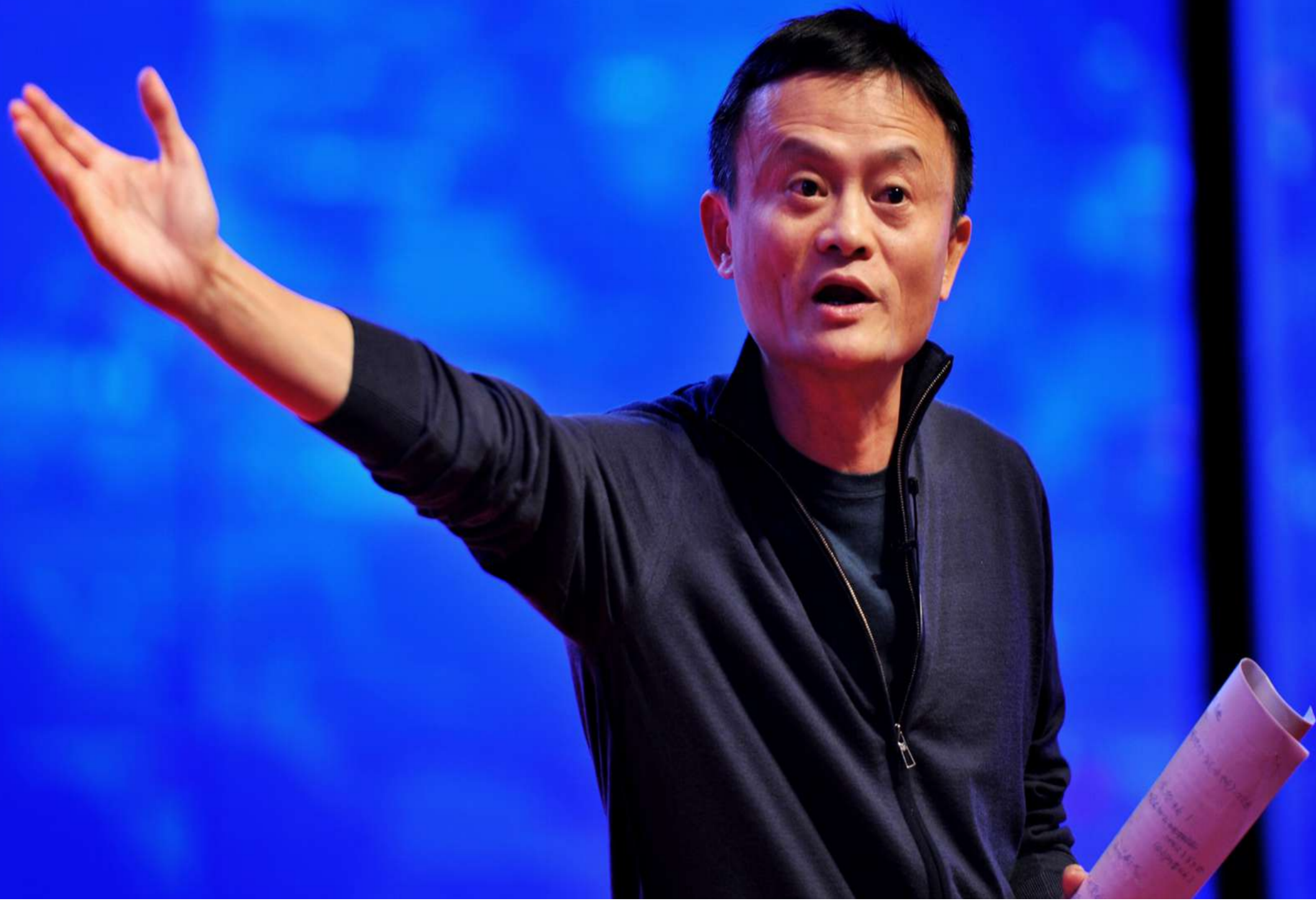
easyJet
\$3.1B

AIR FRANCE KLM
\$1.7B

\$151B

\$151B







ALI
EXPRESS

74 milliards en 1 jour

2020 天猫双11全球狂欢季

2020 天猫双11全球狂欢季 (11.1-11.11)

成交额 **4982 亿**

\$74.10 billion

GMV generated in USD
All GMV referenced is settled through Alipay

31766 个海外品牌参战

105 个产业带成交额过 1 亿元

210 万线下小店参与

覆盖 1406 个县域的 41 万款农产品

38 万个来自贫困县的店铺加入

AI调用量超 15 万亿次

初步数据，未经审计。 All data displayed is preliminary and unaudited



天猫全球狂欢季
2021

11/11/2022

???

100 milliards \$

2023 : divisé en 6



ROLEX



G A F A

Google Amazon Facebook Apple

M S H

Microsoft Salesforce Huawei

N A T U

Netflix Airbnb Tesla Uber

B E Y

Booking Expedia Yandex

B A T X

Baidu Alibaba Tencent Xiaomi

B D H

Bytedance DJI Hikvision



~~CAAC 40~~



La
FRENCH TECH



La

FRENCH TECH

NEXT40

FRENCH TECH NEXT 40



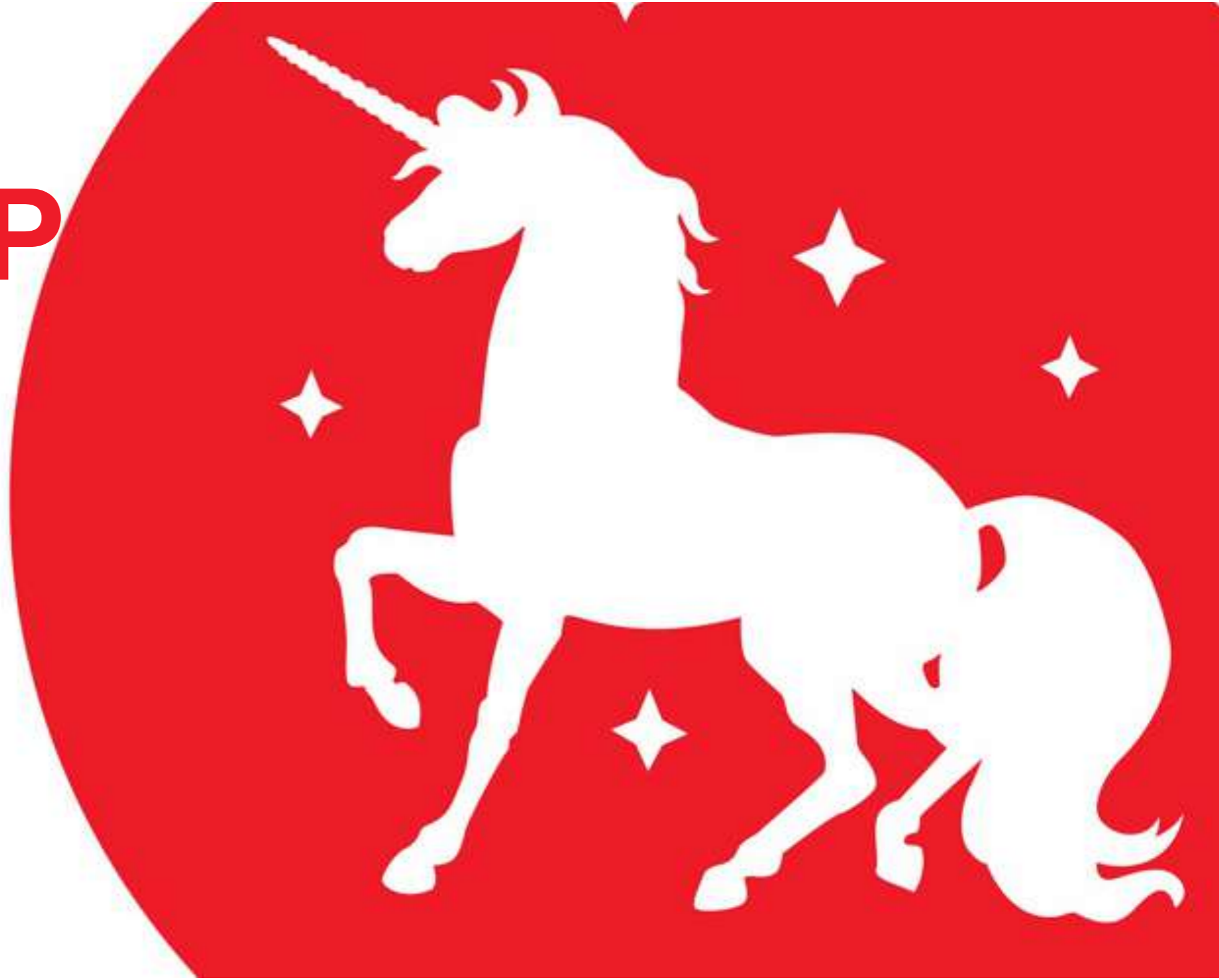
FRENCH TECH 120



DNMB



AGILITÉ STARTUP



The 12 agile principles*

1 Satisfy the **customer**



2 Welcome **change**



3 Deliver **frequently**

Sprint 1	Sprint 2	Sprint 3	Sprint 4	Sprint 5
story	story	story	story	story
story	story	story	story	story
story	story	story	story	story

4 Work **together**



5 Trust and **support**



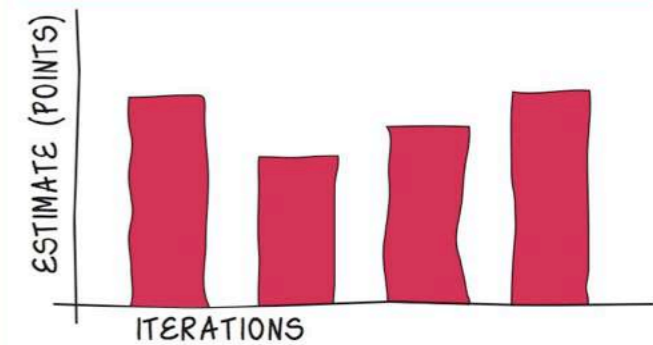
6 Face-to-face **conversation**



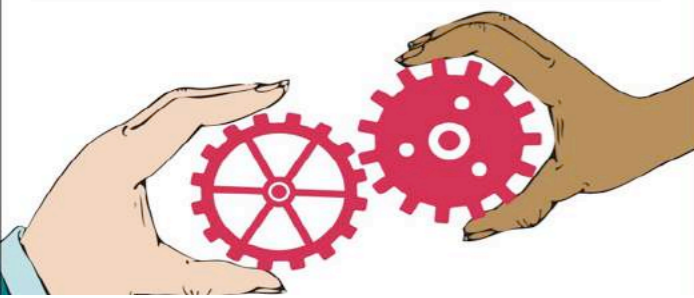
7 Working **software**



8 Sustainable **development**



9 Continuous **attention**



10 Maintain **simplicity**



11 Self-organizing **teams**



12 Reflect and **adjust**



**Stop
Starting.
Start
Finishing.**

#agile

LA VITESSE D'ITÉRATION

BAT LA QUALITÉ D'ITÉRATION

Apprenons à
nous tromper

Test and Learn

continuous delivery
welcome change

make

~~FAIL FAST~~

make

~~FAIL EARLY~~

make

~~FAIL OFTEN~~

Beter donne
than perfect *



Better done
than perfect

** sans faute c'est mieux*

Make
something
people
want



Paul Graham (YC)



Inc.

**GET OUT OF
THE BUILDING**



PizzaTeam = 9 personnes





THE LEAN STARTUP

How Today's **Entrepreneurs** Use
Continuous Innovation to Create
Radically **Successful** Businesses

ERIC RIES

Do More With Less

Lean Management

Pizza team

MVP (minimum viable product)

POC (proof of concept)



**GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT**
TECHNOLOGY & INNOVATION

une école

 CCI GRENOBLE

NBIC



NBIC

Nano (techno, matériaux, graphène, H)

Bio (techno, mimétisme, blob, axolotl)

Informatique (IOT, 3Dprint, Additiv, Blockchain, Quantique, Algorithme)

Cognitif (IOB, IA, ML, MOOC, edTech, apprentissage adaptif)



IKB79

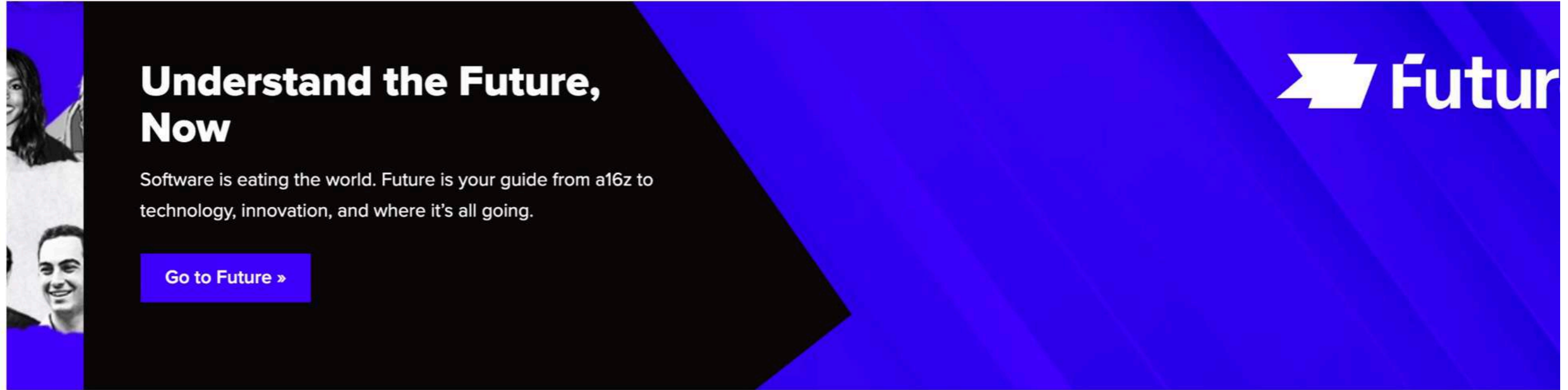
WorkShop

Les 9 tendances technologiques



A 3D rendering of a black metal chain against a black background. The chain is composed of several interlocking links, with some links appearing to be slightly offset or broken, creating a sense of depth and movement. The lighting highlights the metallic texture and the sharp edges of the links. Overlaid on the chain is the word 'BLOCKCHAIN' in a bold, white, sans-serif font, arranged in two lines: 'BLOCK' on the top line and 'CHAIN' on the bottom line.

**BLOCK
CHAIN**



**Understand the Future,
Now**

Software is eating the world. Future is your guide from a16z to technology, innovation, and where it's all going.

[Go to Future »](#)

Future



Software is eating the world
WEB 1.0 → 3.0

Gartner Hype Cycle for Digital Marketing and Advertising, 2019



Plateau will be reached:

○ less than 2 years

● 2 to 5 years

● 5 to 10 years



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

* jeu de mot californien

wikinomics

GIG

thingonomics (IOT)

blue

evonomics

expectation

new

micro

sha | ring

macro

offer **economy**

gift

neuro

platform

nudge

barter

collaborative

attention

comportementale

market



complexity

Characteristics: The situation has many interconnected parts and variables. Some information is available or can be predicted, but the volume or nature of it can be overwhelming to process.

Example: You are doing business in many countries, all with unique regulatory environments, tariffs, and cultural values.

Approach: Restructure, bring on or develop specialists, and build up resources adequate to address the complexity.

volatility

Characteristics: The challenge is unexpected or unstable and may be of unknown duration, but it's not necessarily hard to understand; knowledge about it is often available.

Example: Prices fluctuate after a natural disaster takes a supplier off-line.

Approach: Build in slack and devote resources to preparedness—for instance, stockpile inventory or overbuy talent. These steps are typically expensive; your investment should match the risk.

HOW WELL CAN YOU PREDICT THE RESULTS OF YOUR ACTIONS?

ambiguity

Characteristics: Causal relationships are completely unclear. No precedents exist; you face “unknown unknowns.”

Example: You decide to move into immature or emerging markets or to launch products outside your core competencies.

Approach: Experiment. Understanding cause and effect requires generating hypotheses and testing them. Design your experiments so that lessons learned can be broadly applied.

uncertainty

Characteristics: Despite a lack of other information, the event's basic cause and effect are known. Change is possible but not a given.

Example: A competitor's pending product launch muddies the future of the business and the market.

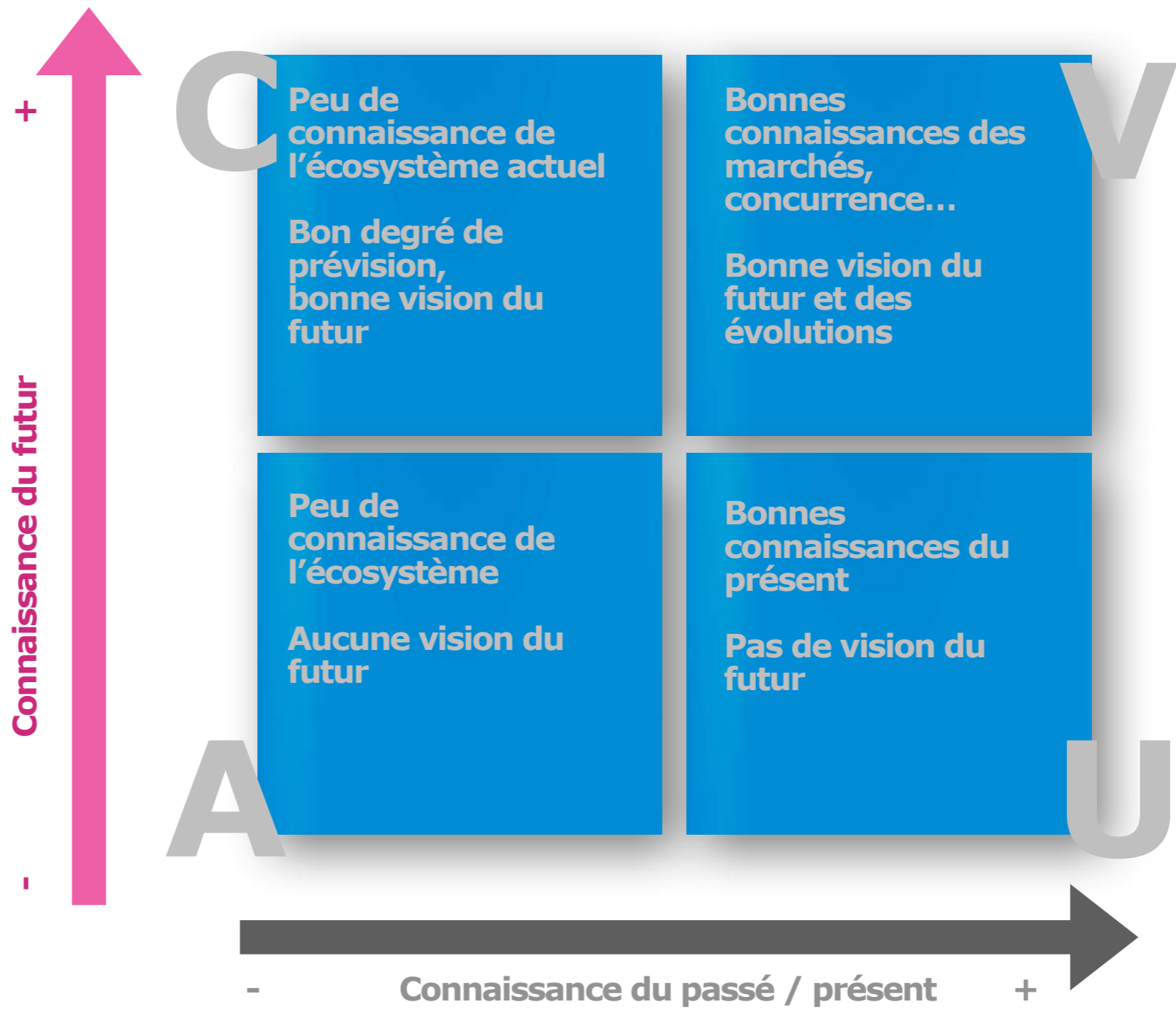
Approach: Invest in information—collect, interpret, and share it. This works best in conjunction with structural changes, such as adding information analysis networks, that can reduce ongoing uncertainty.

HOW MUCH DO YOU KNOW ABOUT THE SITUATION?



VUCA

Simplifié



VUCA

Concurrence
Attentes clients
Talent
Technologie
Parties prenantes
Économie

C

Notre concurrence est composée à la fois de multinationals, de PME de TPE et d'auto-entrepreneurs

Nous souhaitons vendre nos produits dans un marché sur lequel nous n'avons aucune expérience et information disponible

Nous avons besoin de talents déposant déjà de leur réseau d'expertise

Nous maintenons un portefeuille de technologies qui demandent des équipements et des logiciels de niche

Nous avons de nombreux fournisseurs dont les retards de livraisons peuvent avoir des conséquences durables sur la production

Nous vendons dans 10 pays disposant chacun de leur propre spécificités et de leurs lois

A

Nous répondons à un appel d'offre en collaboration avec un concurrent pour apporter une réponse globale.

Nous cibons plusieurs segments clients dont les attentes sont contradictoires

Nous avons besoin de personnes capables de développer des compétences qui n'existent pas encore

Notre offre soit en même temps obsolète et avant-garde selon le pays et les segments de marché

Nous souhaitons trouver des fournisseurs plus efficaces dans des pays où il est difficile de trouver des informations.

Nous vendons sur un marché ayant à la fois une clientèle mature et une clientèle qu'il faut former

V

Dans notre industrie, certains concurrents font des réductions importantes qui

De plus en plus de nos clients prennent en compte les notations en ligne, ce qui a un effet exponentiel sur nos ventes.

La rapidité des changements d'attente des candidats affecte notre attractivité.

Il y a des améliorations technologiques qui remettent en cause notre business model

Nos fournisseurs sont susceptibles d'être affectés par un confinement ou la météo

Nos exports sont sujets à d'imprévisibles changements de frais de change et de tarifs

U

Le lancement d'un produit concurrent prévu à une date qui nous est inconnue rend l'avenir imprévisible

Un de nos segments clients est en train de changer mais nous n'en comprenons pas encore la raison.

Nous recrutons des seniors et des milléniaux mais ignorons s'ils vont rester.

Une nouvelle technologie ou un développement pourrait rendre nos produits obsolètes du jour au lendemain

Des fournisseurs vont fusionner, ce qui va augmenter nos prix et affecter notre approvisionnement.

Un composant de notre procédé de production risque de devenir interdit mais nous ignorons quand

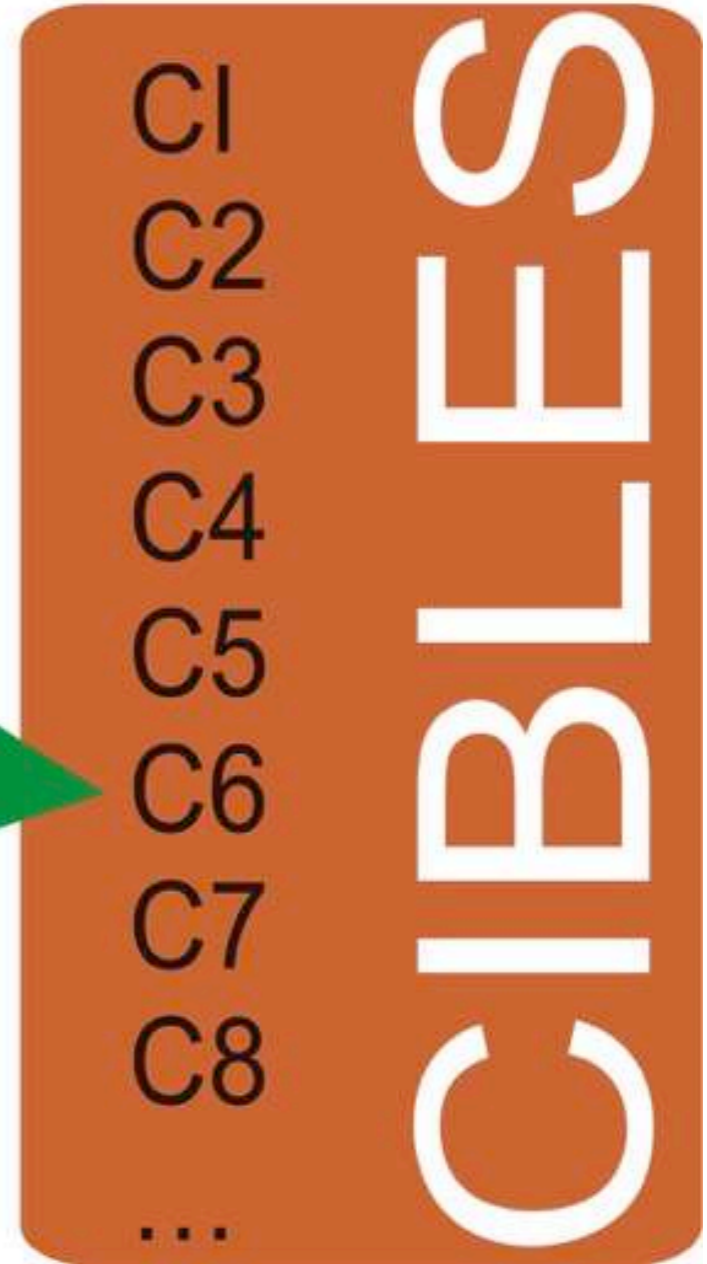
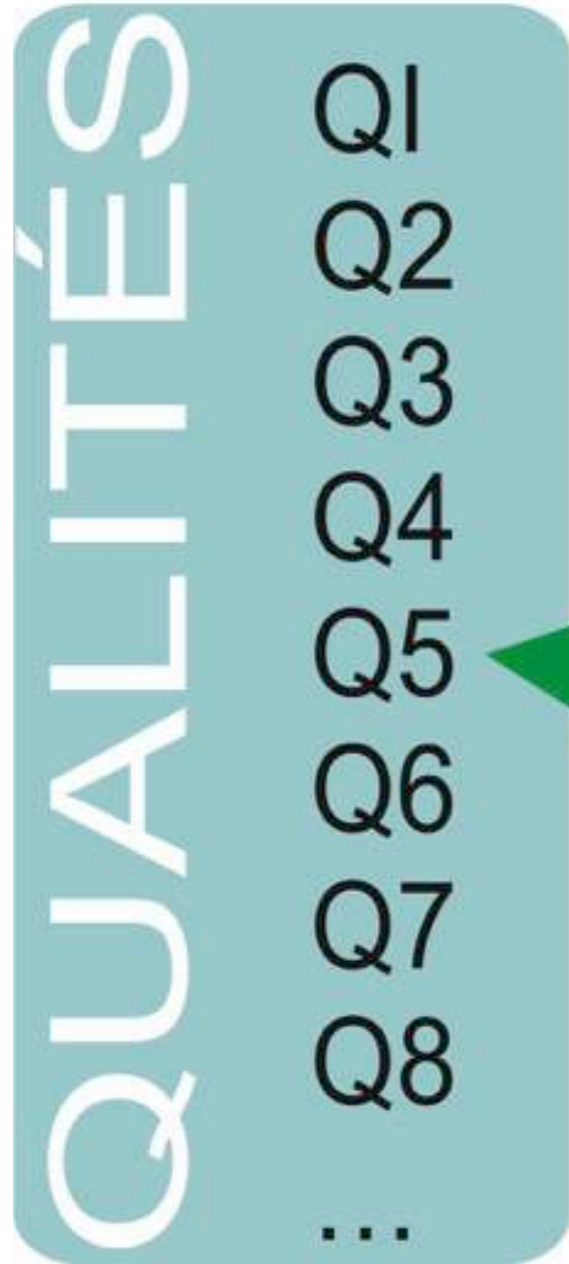


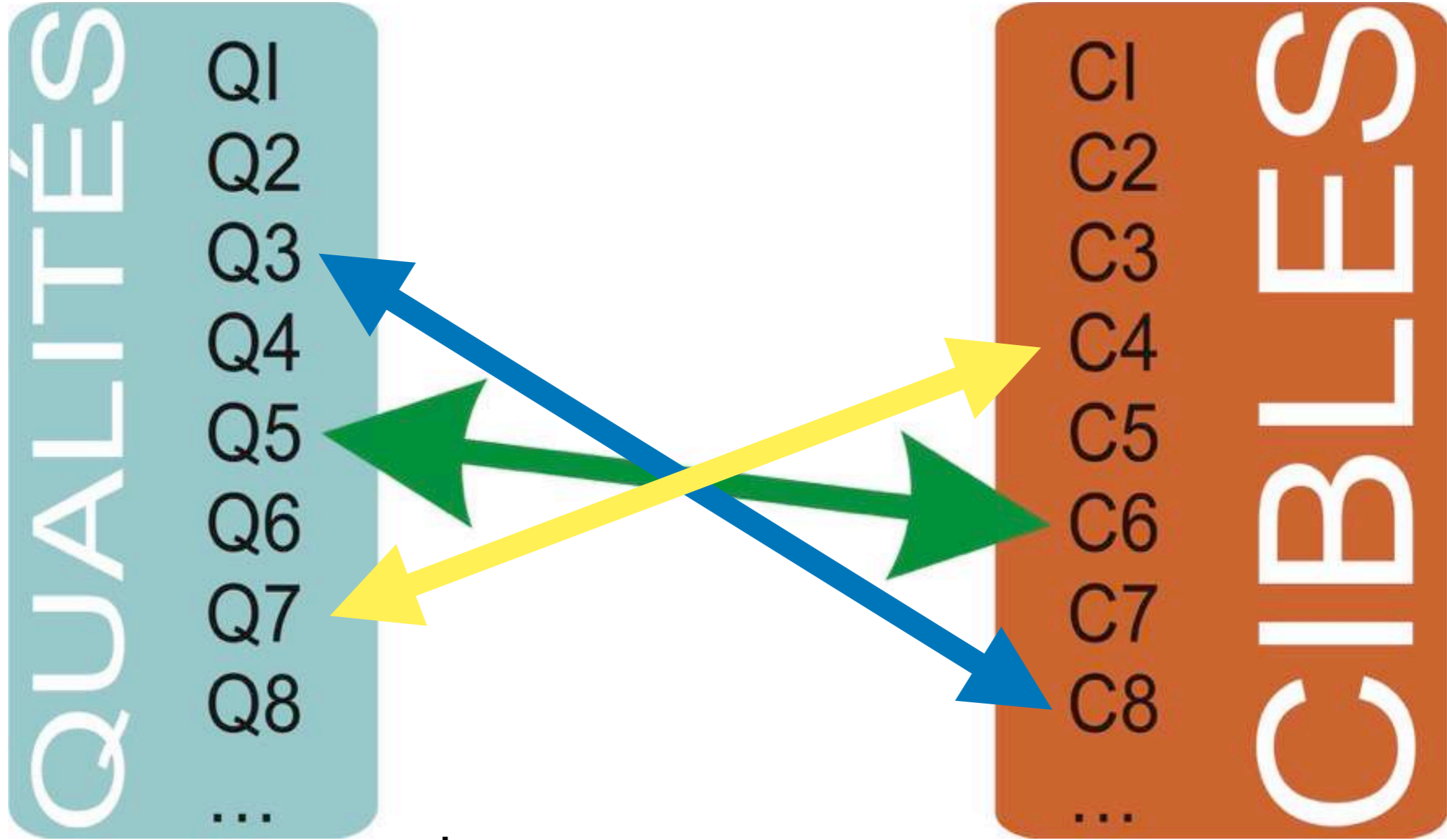
*Discipline reine du
marketing*

=

Positionnement

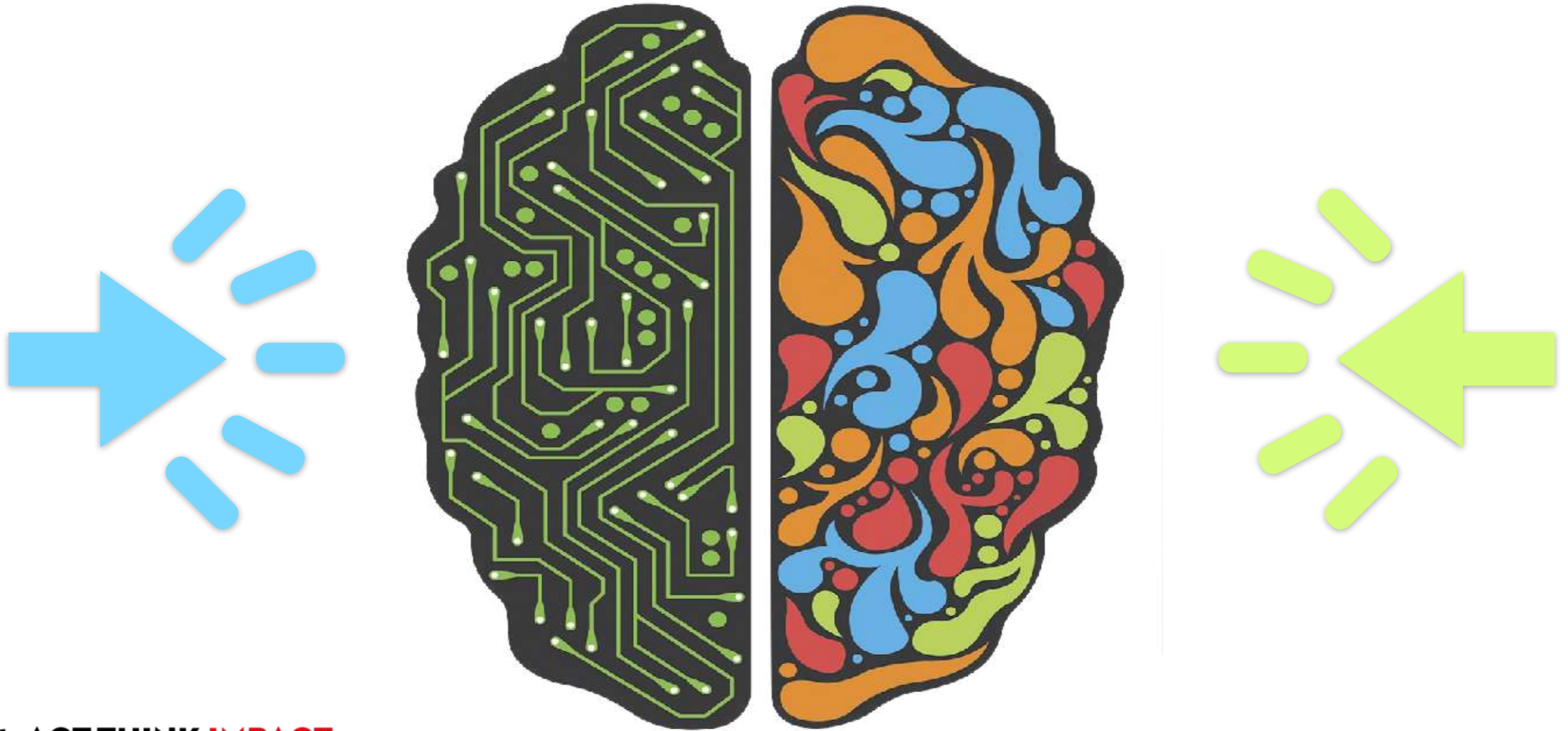
POSITIONNEMENT BIJECTIF



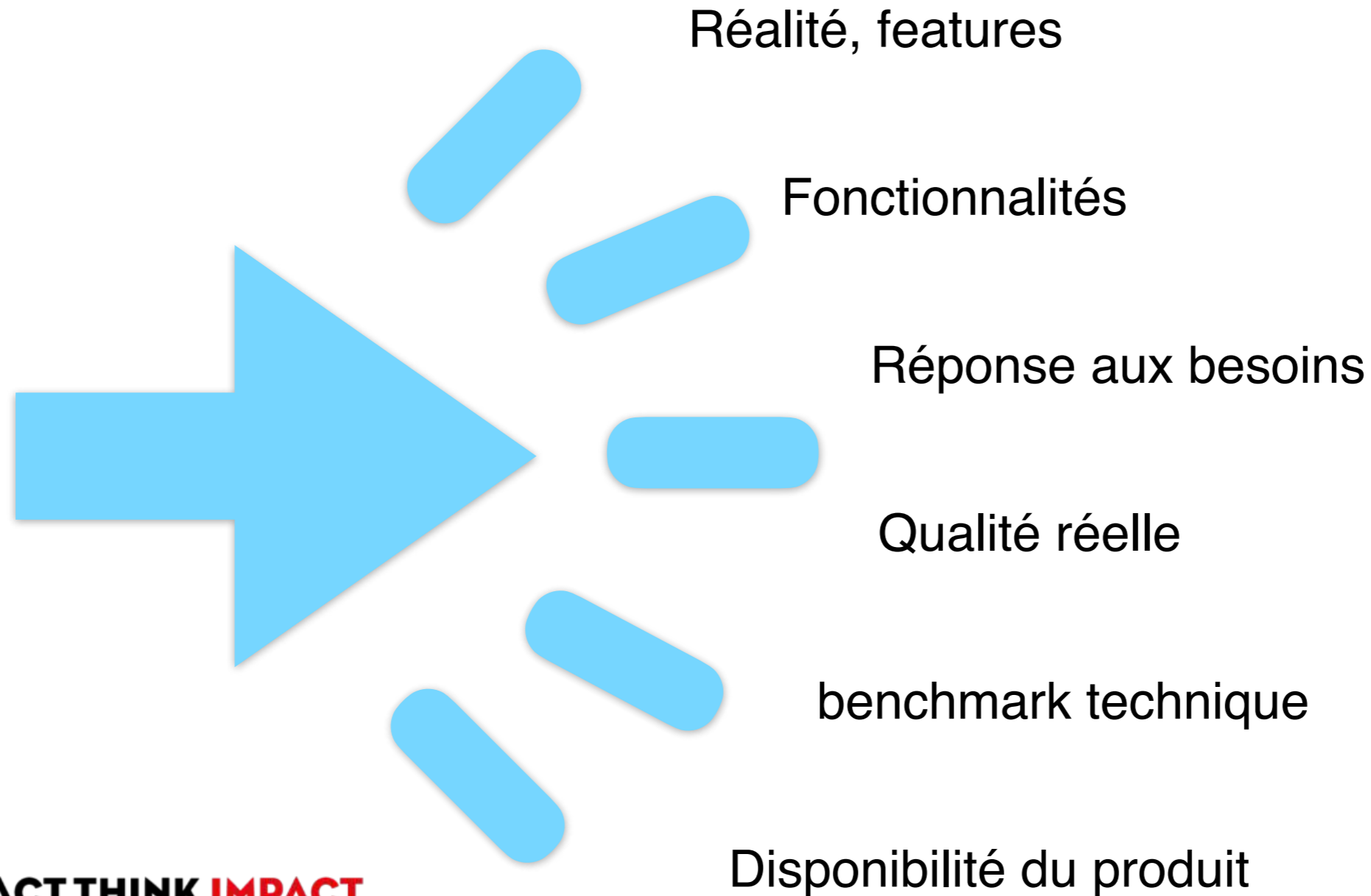


3 produits - 3 marques
3 propositions de valeur ≠

Satisfaction objective / subjective



Satisfaction objective (cerveau gauche)



Satisfaction subjective (cerveau droit)

Perception

Insight

Image

Notoriété

Qualité perçue

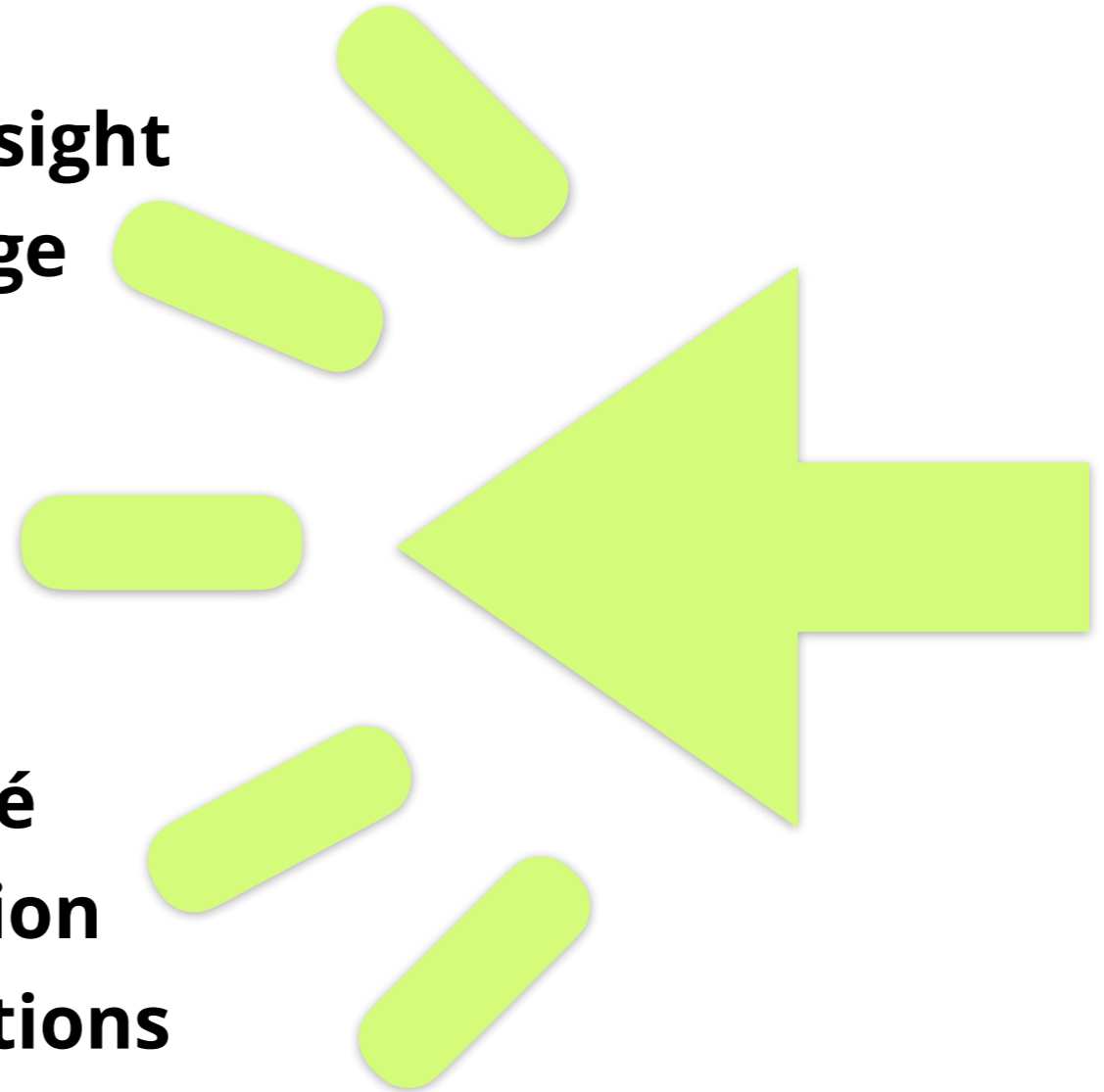
Perception du prix

Appartenance (sentiment d')

Buzz/viralité

Recommandation

Réponse aux attentes et motivations



*1/
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

2/

marketing de la demande



The image features three tall, fluted ancient Greek columns, likely Doric, set against a clear, vibrant blue sky. The columns are arranged in a slightly receding line from left to right. The text '3 PILLIERS DU DIGITAL' is overlaid in a large, bold, black sans-serif font, centered across the middle of the image. The word 'DIGITAL' is on a second line, directly below 'DU'.

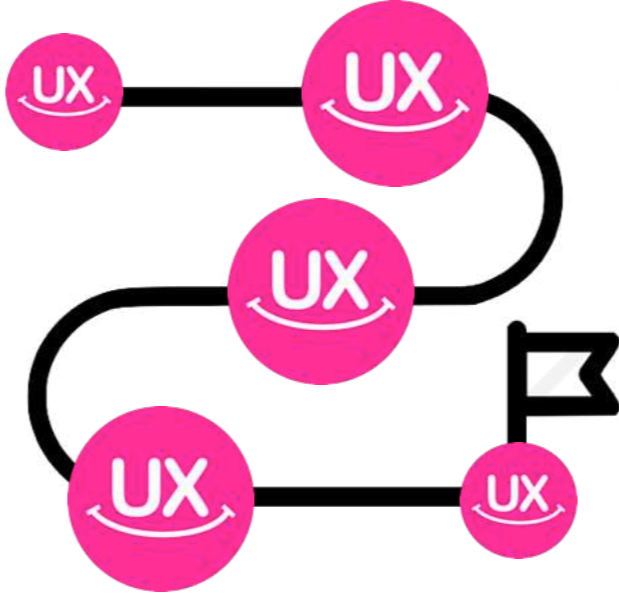
3 PILLIERS DU DIGITAL



1



2



3

0110
1001
1010



customer obsession

user centric

besoin utilisateur

pain point / problème

collaborateur

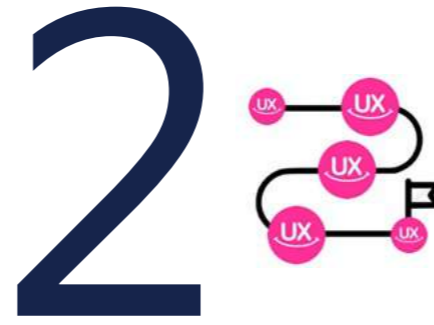
manager / équipe

cible / segment

GEN BXYZ α

proposition de valeur

cas d'usage



parcours / UX

Journey

point de contact

touchpoint

publicité / SAV

téléphone

conversation

sans couture

sans défaut

sans friction

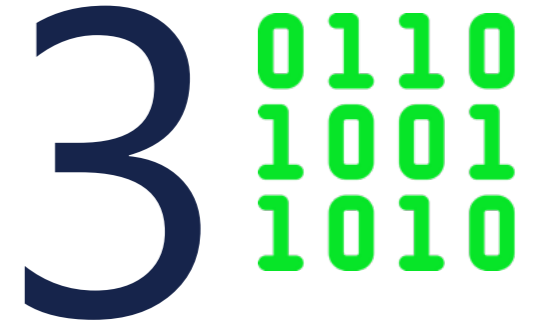
différentiation

offre

pain killer

candy

vitamine



DATA

IOT

Connexion 4G

WiFi

BLE

capteur

tacking, tracing

IOB

NPS

MCA

IA

ML

DataLake

5V

WEB3

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

« decentralized online ecosystem based on blockchain »



Web3 is an extensible framework for creating massively multi-user, economically strong applications.

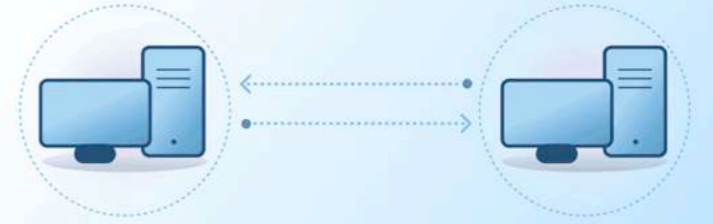
Web 1.0.
1990 - 2004



Web 2.0.
2004 - The Present



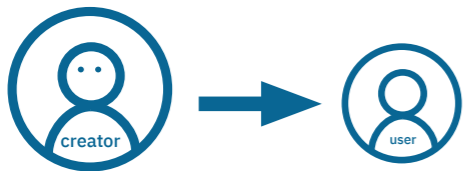
Web3
2014 - The Future?



WEB1

information
economy

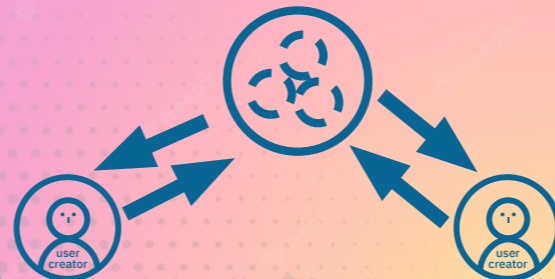
read



WEB2

platform
economy

read
write

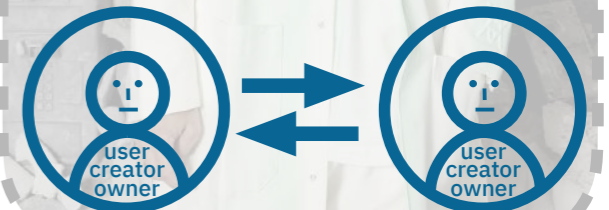


designed by freepik.com

WEB3

ownership
economy

read
write
own





Internet

wires, network



Web 1.0

*read-only
static*



Web 2.0

*read-write
interactive*



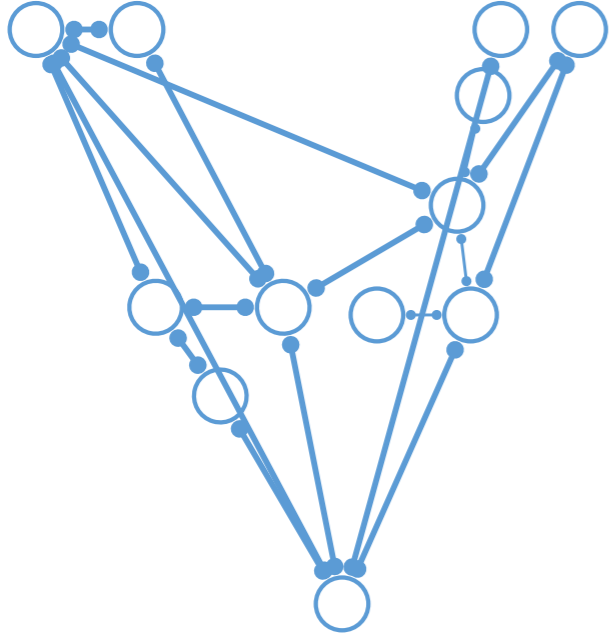
Web 3.0

*read-write-trust
verifiable*

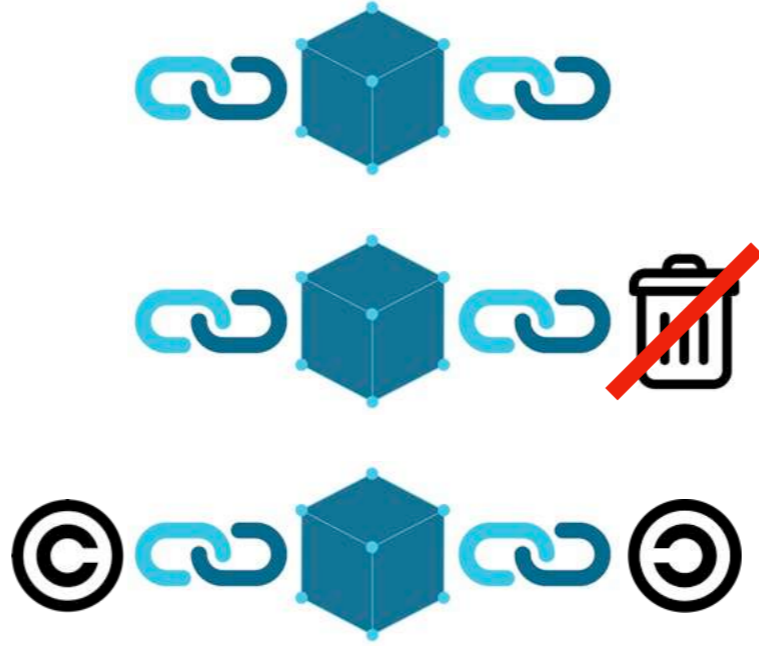


Web 3.0

A



B



C



A

Decentralized web
DAO
Holacracy
Scrum

B

Transparence
Blockchain
Linked data
Ownership

C

Trust
Verified-ID
Native payment
play to pay
DeFi





OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

1 PAS DE PAUVRETÉ



2 FAIM «ZÉRO»



3 BONNE SANTÉ ET BIEN-ÊTRE



4 ÉDUCATION DE QUALITÉ



5 ÉGALITÉ ENTRE LES SEXES



6 EAU PROPRE ET ASSAINISSEMENT



7 ÉNERGIE PROPRE ET D'UN COÛT ABORDABLE



8 TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE



9 INDUSTRIE, INNOVATION ET INFRASTRUCTURE



10 INÉGALITÉS RÉDUITES



11 VILLES ET COMMUNAUTÉS DURABLES



12 CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES



13 MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES



14 VIE AQUATIQUE



15 VIE TERRESTRE



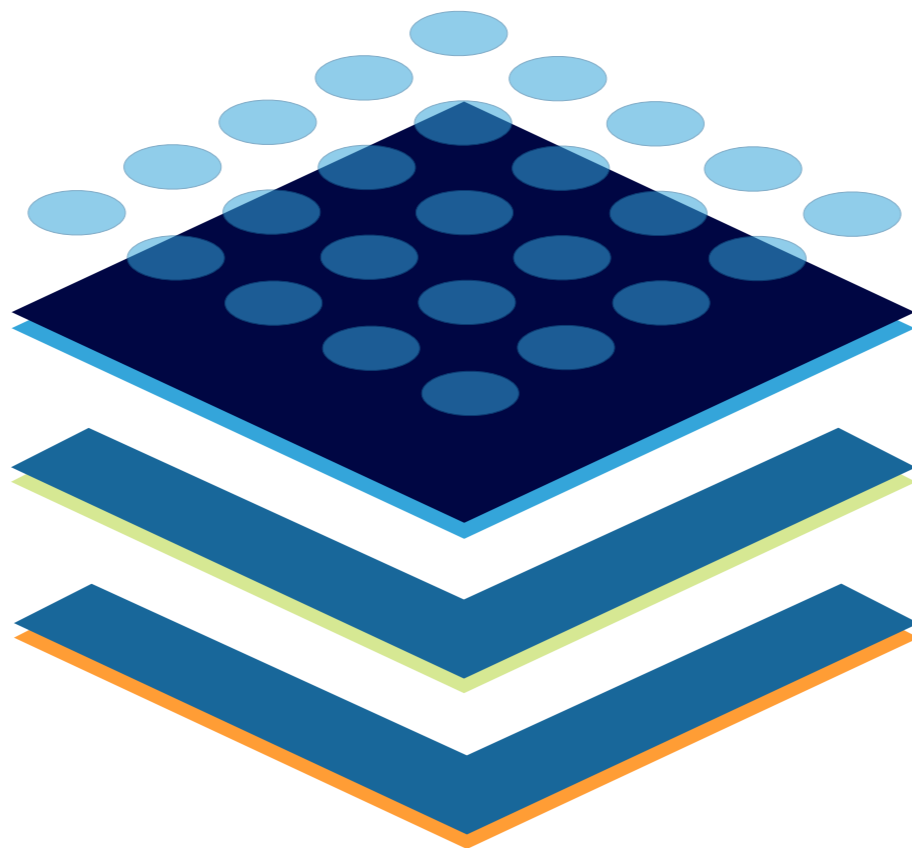
16 PAIX, JUSTICE ET INSTITUTIONS EFFICACES



17 PARTENARIATS POUR LA RÉALISATION DES OBJECTIFS

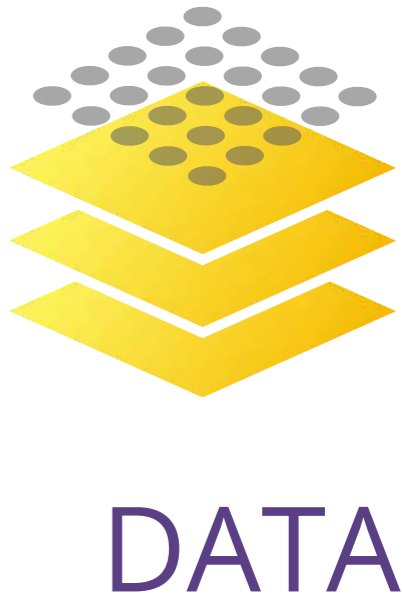
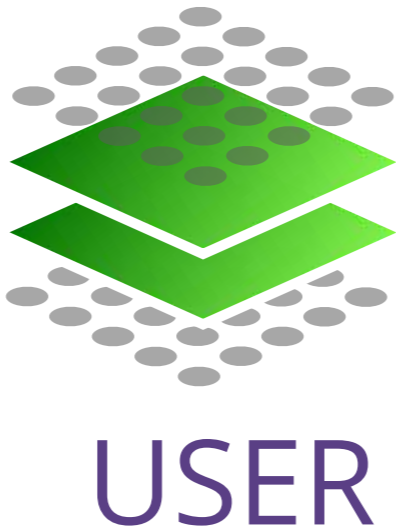



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

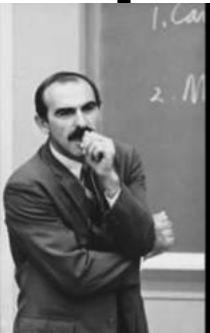


PLATFORM

platform economy



a x t
i s - A A S f
v d h
p everything



“People don’t want a quarter-inch drill, they want a quarter-inch hole.”
THEODORE LEVITT



WeChat



Hubert Kratiroff 

France



Scan the QR code to add me on WeChat



disruption
servicisation
uberisation
platformisation

SaaS

IaaS

PaaS

Subscription

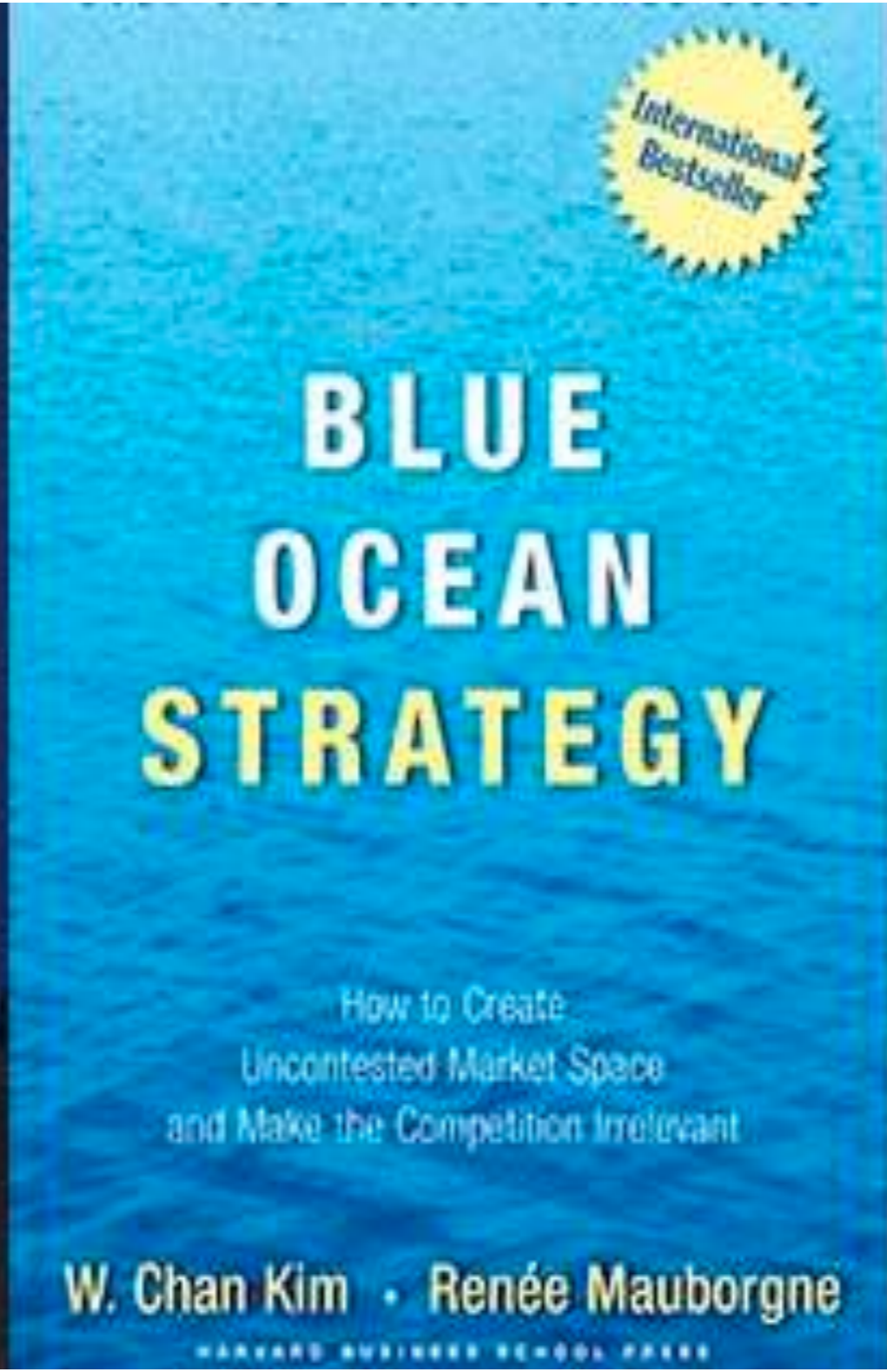
Rental

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

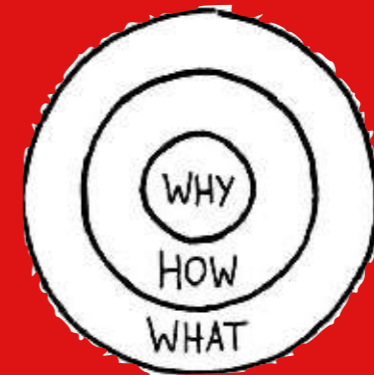


idem black car (leasing de VTC)



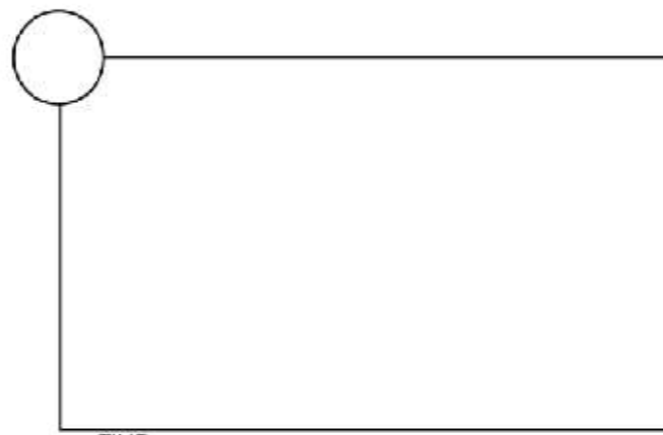
Simon Sinek

WHY

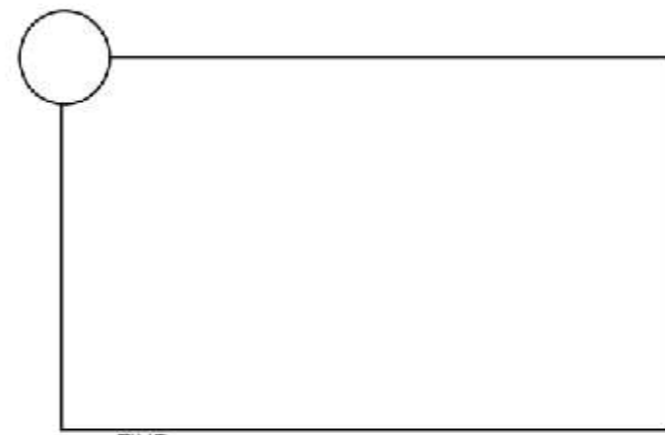




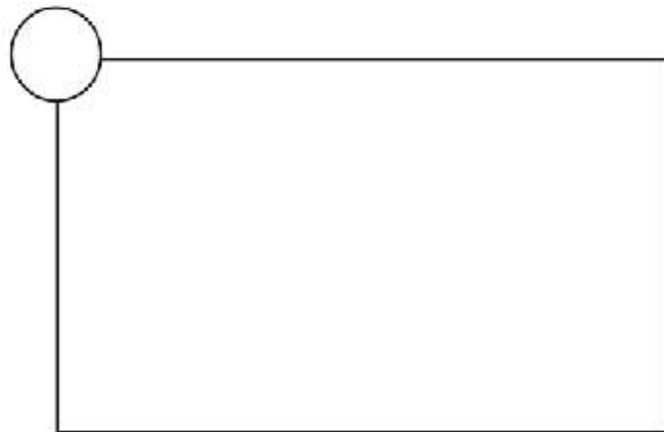
TIME
TEXTE
IMAGE



TIME
TEXTE
IMAGE



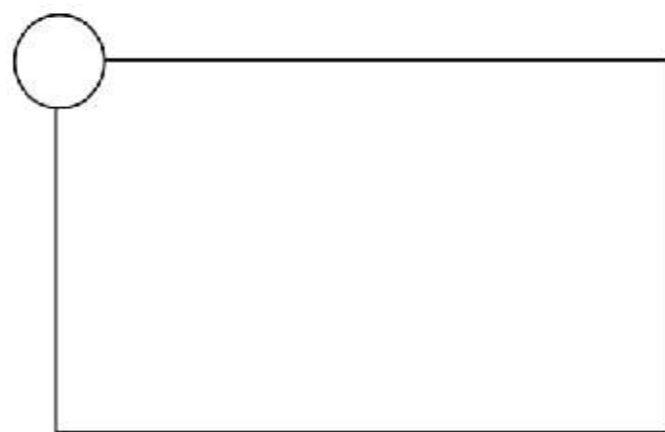
TIME
TEXTE
IMAGE



TIME
TEXTE
IMAGE



TIME
TEXTE
IMAGE



TIME
TEXTE
IMAGE



TIME
TEXTE
IMAGE



TIME
TEXTE
IMAGE



TIME
TEXTE
IMAGE





LEARN MARKETING

TENDANCE EN

PLEIN ESSOR

LE MEILLEUR

BRAND-CONTENT





SEARCH

MARKETING

SEARCH

moteur de
recherche

Google

stone chateau



Tous Images Maps Shopping Vidéos Plus Paramètres Outils

Environ 92600000 résultats (0,83 secondes)



Angus & Julia Stone - Chateau - YouTube

[www.youtube.com](http://www.youtube.com/watch) > watch

Paroles

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

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

moteur de
réponse

UX

UX > CX

nombre

plus de user que de client

CX > UX

qualité

plus de contact avec les clients

UX

physique

web

mobile

sociale

metavers

face à face
téléphone

web1 2

web3

in APP

push

réseaux sociaux

réseau spé

metavers marque

meta gén

UX

CX

EX



UE

User
Engagement
=
SALES

Nouvelles Attentes

*Pourquoi se contenter du
minimum ?*

Lost ... Greatest ... Silent ...

BabyBoomer (1940 - 1965 +/- 6 ans)

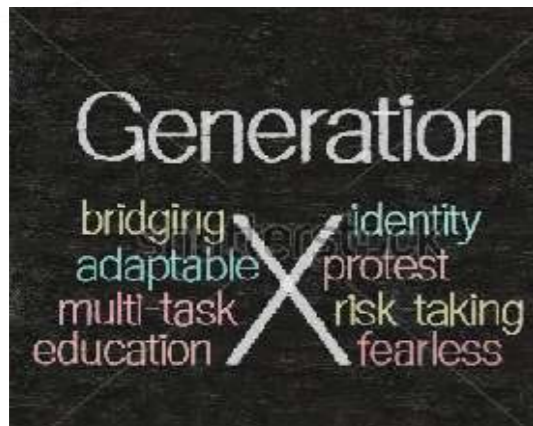
GenX (1955 1985 +/- 8 ans)

GenY = Millennials (1979 1999 +/- 5 ans)

GenZ = Digital Natives = GEN C (1994 2007 +/- 4 ans)

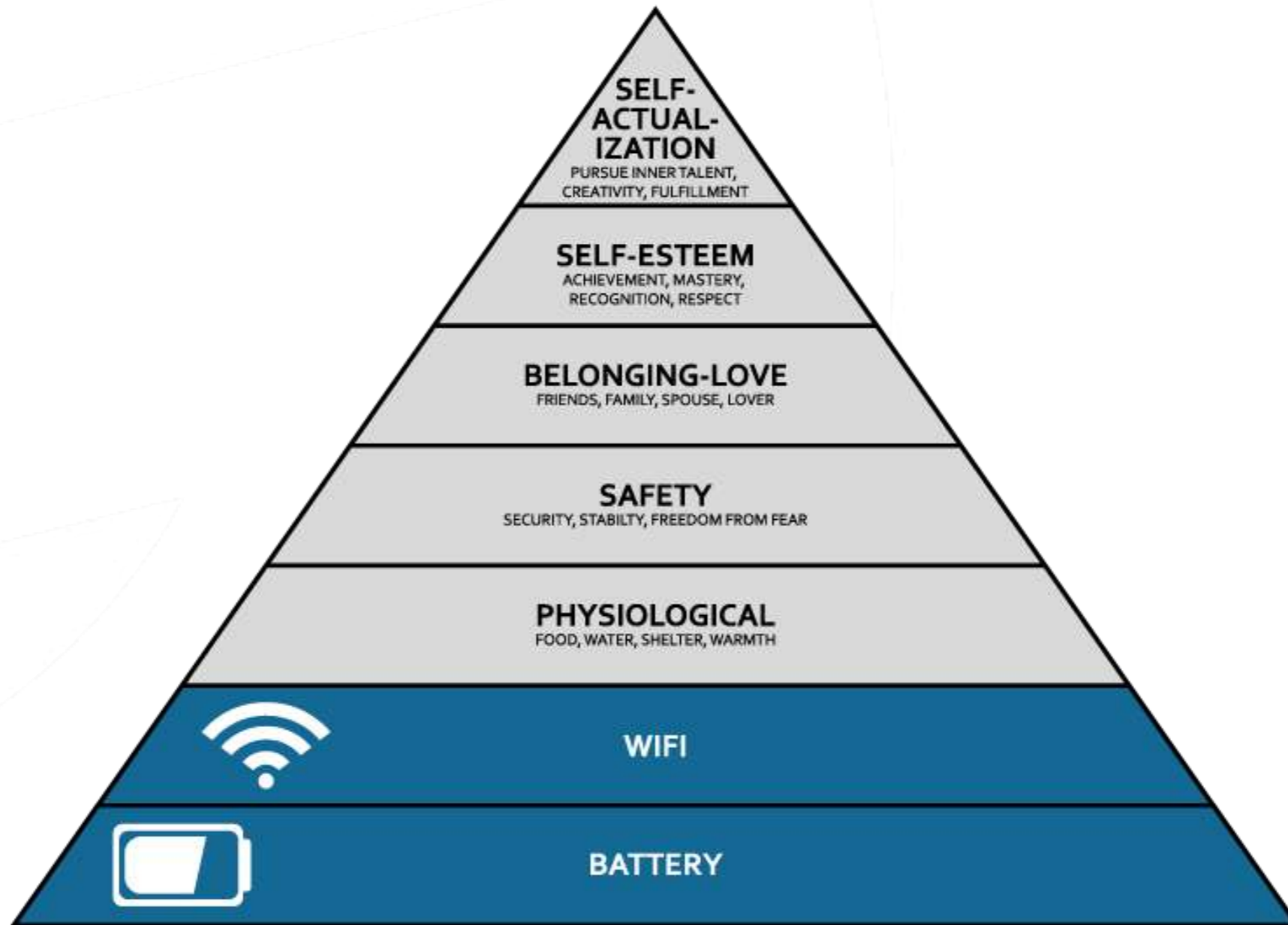
alphaGEN ? = 2008 - 2020 ?

SingularityGeneration ?? 2018 - 2030



GENERATION Z:
CONNECTED FROM BIRTH.
Born mid-1990s to 2010.





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

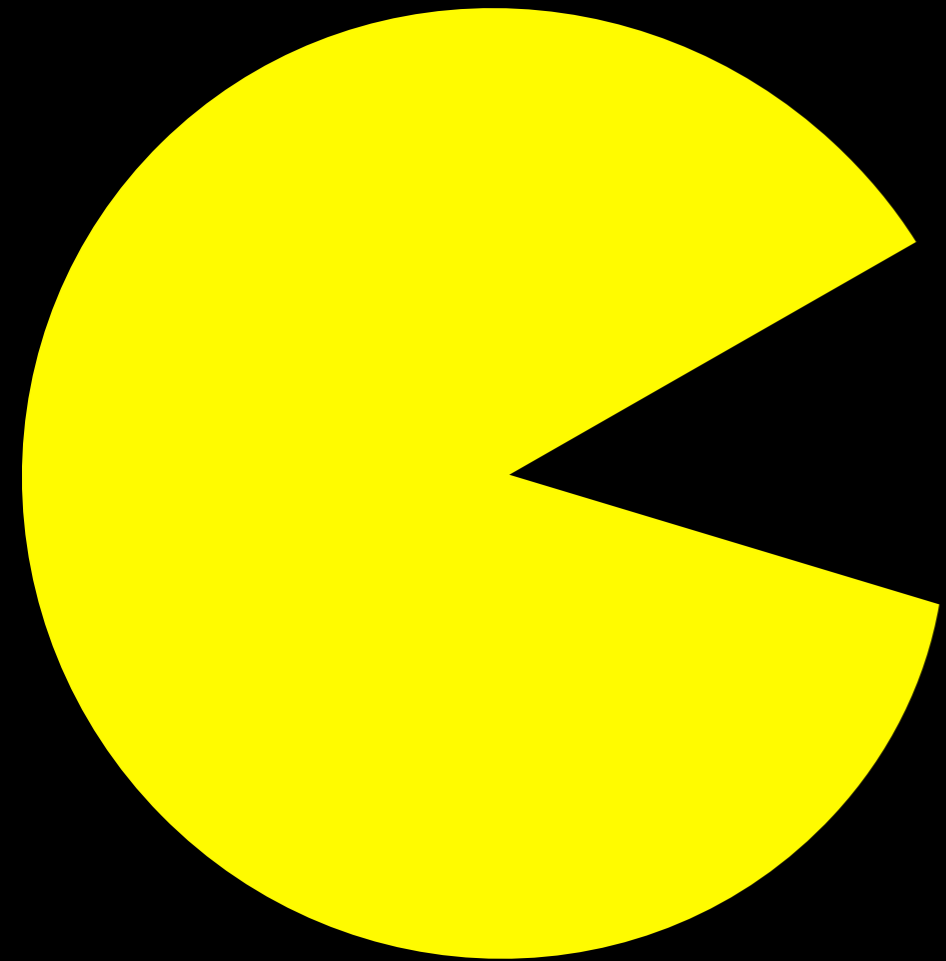
Temps réel pour tout



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



GAMIFICATION

COURS GAUTHIER-DESCHAMPS

HISTOIRE DE FRANCE



PREMIER LIVRE
PAR A. AYMARD

UN VOLUME DE 1120 PAGES
PRIX 120 FR.

LIBRAIRIE HACHETTE

POKÉMON™

GO

OPH
LA FÉDÉRATION

G





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*



Preface

ZERO TO ONE

EVERY MOMENT IN BUSINESS happens only once. The next Bill Gates will not build an operating system. The next Larry Page or Sergey Brin won't make a search engine. And the next Mark Zuckerberg won't create a social network. If you are copying these guys, you aren't learning from them.

Of course, it's easier to copy a model than to make something new. Doing what we already know how to do takes the world from 1 to n , adding more of something familiar. But every time we create something new, we go from 0 to 1. The act of creation is singular, as is the moment of creation, and the result is something fresh and strange.

THE INTERNATIONAL BESTSELLER

ZERO

TO

ONE

NOTES ON STARTUPS,

OR

HOW TO BUILD THE FUTURE

PETER THIEL

WITH BLAKE MASTERS

'That rare thing: a concise, thought-provoking book on entrepreneurship' THE TIMES

2012-2014

Peter Thiel

PayPal

FB, spaceX, LinkedIn

Les **3** étapes de toute

Innovation / rupture / révolution

1 Utopiste / étrange / ridicule

2 Impossible / dangereux

3 Évident / simple

Thiel / Aberkane

