

APIK presents

3A ODT & Marketing, innovation et parcours client

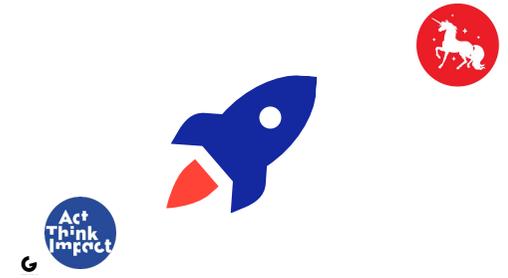
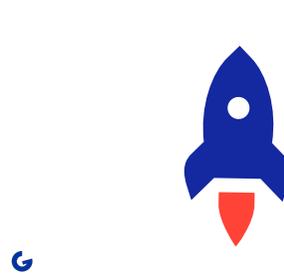
WEB3 marketing digital design

Maquettes et prototypes
Feel good apps & Spitz web design

par hubertkratiroff
23 Nov 2022

FUNKY JAZZ

Act Think Impact



technology evangelist

hubert@kratiroff.com

technology evangelist

full stack marketer

CDDO: chief digital/data officer
DPO: Data Protection Officer
professeur d'économie numérique
expert learn marketing, CMI, marcom
everyday writing, coding & programming

hubert@kratiroff.com
@kratiroff
linkedin.com/in/kratiroff

Hubert Kratiroff
CDO at C4C, MyConnecting

Hubert Kratiroff

Your Social Selling Index

Top Industry SSI rank: 1%

Top Network SSI rank: 2%

Current Social Selling Index: 75 (out of 100)

Four components of your score:

- 25.00 (Establish your professional brand)
- 14.83 (Find the right people)
- 19.97 (Engage with insights)
- 15.19 (Build relationships)

People in your industry: 32 (out of 100)

People in your network: 42 (out of 100)

UX CX EX

SX

@kratiroff | © 2022

k ∞ QI x t x At

Blind Test

ARTISTE : DAMSO
TYTRE : QALF
DUREE : 45'08

QALF

| | |
|--------------------------------|--------------------|
| PNL 1-4 10:56 à destination | 0,00 € |
| Pool 11:01-11:13 | 8,88 € 10,70 € |
| UberX 10:55 | 11,11 € 13,34 € |

expérience
phygitale
N°1

les nouveaux marketing .com/ digitalmindset premier site sur recherche Google (SEO):

GEM digital mindset ou digital mindset conference

Marketing sucks




UX or CX

UX > CX

En nombre : plus de user que de client

CX > UX

En qualité : plus de contact avec les client

UX
CX
EX

→

UE
User Engagement = SALES

UX => UE
user engagement



Taxinomie

UX

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



Choix de la meilleure définition selon vous...

Vos critères peuvent être divers et variés

toutsurlemarketing.com /mmm

- "Meeting needs profitably"
- "Apporter de la valeur aux clients, à tout l'écosystème et à l'entreprise" (PK)
- "Transformer la satisfaction du consommateur en profit pour l'entreprise" (PK)
- "3 = É (PK)
- "Make what people want instead of make people want (the thing you do)" (Paul Graham)
- "Marketing is not the thing you do, it is the story of the thing you do" (Seth Godin)
- "Stop selling start helping" (Zig Ziglar)
- "C&E" (Gary Vaynerchuk)
- "Le marketing est le mécanisme économique et social par lequel individus et groupes satisfont leurs besoins et désirs au moyen de la création et de l'échange de produits et services de valeur... selon un principe de balanced reciprocity"
- "Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large"
- "Le marketing est un processus social et managérial qui permet à des personnes ou à des organisations de créer de la valeur et de l'échanger avec d'autres, afin d'obtenir ce qu'elles recherchent et ce dont elles ont besoin. Dans l'entreprise, le marketing suppose l'établissement de relations d'échange rentables avec les clients, basées sur la notion de valeur"
- "Le marketing est une conception de la politique commerciale... fonction fondamentale des entreprises consiste à créer une clientèle et à la conserver... permet aux entreprises d'exploiter au maximum toutes les ressources dont elles disposent"
- "... effort d'adaptation des organisations à des marchés concurrentiels, pour influencer en leur faveur le comportement des publics... par une offre dont la valeur perçue est durablement supérieure à celle des concurrents. Dans le secteur marchand, le rôle du marketing est de créer de la valeur économique pour l'entreprise en créant de la valeur perçue par le client"
- "Le marketing est un état d'esprit et une attitude, un choix de gestion et un ensemble de techniques qui permettent, à travers une offre de biens et services, de satisfaire les besoins et désirs des consommateurs d'une manière rentable pour l'entreprise"
- "science qui consiste à concevoir l'offre, le produit en fonction de l'état des attentes des consommateurs, en tenant compte des capacités de l'entreprise ainsi que de toutes les contraintes de l'environnement (socio-démographique, concurrentiel, légal, culturel...) dans lequel elle évolue"
- "activité menée par les organisations et les individus... permettant de créer, communiquer, distribuer et échanger des prestations qui ont de la valeur pour les consommateurs, les clients, l'organisation, la société dans son ensemble"
- "C'est le mécanisme économique et social par lequel individus et groupes satisfont leurs besoins et désirs au moyen de l'échange de produits et autres entités de valeur"

Joining a m #gem

slido ou slido.com #gem



1/ marketing de l'offre

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

2/ marketing de la demande

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



LEÇON INAUGURALE D'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE & MARKETING MODERNE



Méfiez-vous des recettes des années 60

- 4P de Jerome McCarthy (1960)
Produit - Prix - Promotion - Place
- 5B de Charles Kepner (1955): BON -
produit prix endroit moment quantité
- SWOT de Humphrey (1970)
- CAP Caractéristique Avantage Preuve
cognitif / conatif / affectif
- SONCAS / AIDA

VU EN COURS



M3 Modern Marketing Model

1. Strategy
2. Market Orientation
3. Customer insight
4. Brand & Value
5. Segmentation Persona
6. Positioning
7. UX / CX & content
8. Distribution
9. Promotion
10. Data & Measurement



VUCA

~~SWOT~~
Volatilité
Incertitude
Complexité
Ambiguïté

VUCA

HBR 2014

| | |
|--|--|
| complexity Characteristics: The system has many interconnected parts and variables. Some information is available or accessible, but the amount or nature of it can be overwhelming to process. Example: You are doing business in many countries, all with unique regulations, environments, laws, and cultural values. Approach: Research, 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 supply chain. Approach: Build in stock and decide whether to preposition, the warehouse, multiple inventory or inventory team. These may be especially expensive; your investment should match the risk. |
| ambiguity Characteristics: Casual relationships are complexly mixed, no prediction exists, knowledge or emerging markets or to launch products is highly uncertain. Example: The need to move into new markets or to launch products in new markets. Approach: Experiment, understand, gather and often require generating experience 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 may change the future of the business and the market. Approach: Invest in information, collect, interpret, and share it. This works best in conjunction with structural change, such as adding information analysis methods, that can reduce ongoing uncertainty. |

HOW MUCH DO YOU KNOW ABOUT THE SITUATION?

VUCA Simplifié

Contrairement à SWOT ou PESTEL toutes les cases ne sont pas remplies à l'instant 1. A chaque étape, le décideur se trouve dans une case qui nécessite une certaine attitude. Outil militaire post guerre froide

| | |
|--|---|
| Decision multifactorielle Il faut mieux analyser et clarifier la situation | Soula la vitesse des changements augmente Il faut suivre la vision de la stratégie et l'adapter |
| La solution est inconnue dans un environnement instable Il faut de l'agilité pour imaginer le futur | La stabilité actuelle n'aide pas l'adaptation au futur Il faut mieux comprendre les réactions face à nos actions |

CV AU

2/ Capacité à prédire les conséquences des décisions / Qualité des prises de décisions

1/ Niveau de connaissance sur l'écosystème, l'environnement et la situation



AGILITÉ

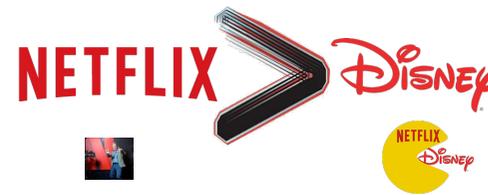
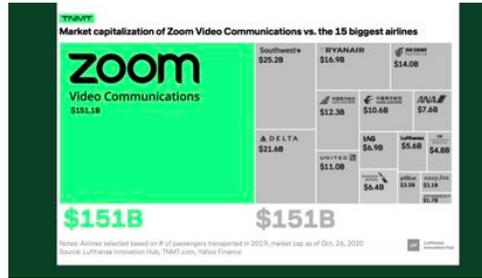
SCRUM

Harvard Business Review

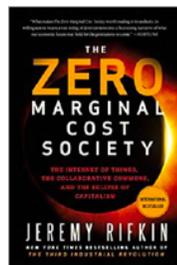
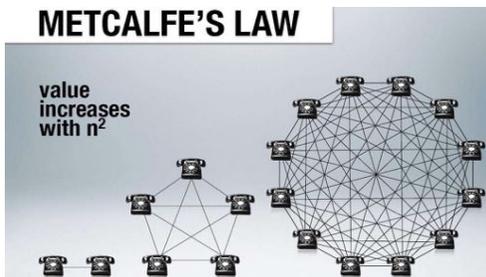
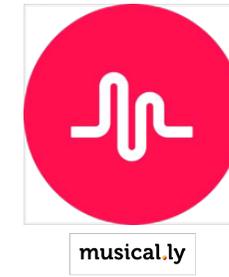
4

AGILE AT SCALE

Les startups infusent le monde économique



| Ranking | Banking Group | Market Capitalization (USD bn) |
|---------|----------------------------|--------------------------------|
| 1 | JP Morgan | 388 |
| 2 | ICBC | 330 |
| 3 | Bank of America | 315 |
| 4 | China Construction Bank | 270 |
| 5 | Wells Fargo | 268 |
| 6 | HSBC | 198 |
| 7 | Agricultural Bank of China | 200 |
| 8 | Citi | 183 |
| 9 | Bank of China | 180 |
| 10 | Ant Financial | 150 |
| 11 | China Merchants Bank | 122 |
| 12 | Royal Bank of Canada | 114 |
| 13 | Santander | 100 |
| 14 | BNP Paribas | 90 |
| 15 | Goldman Sachs | 91 |
| 16 | Stetbank | 84 |
| 17 | Unicredit | 50 |
| 18 | Barclays | 47 |



effet matthieu

spirale positive, les plus gros forts puissants (taille critique) le sont de plus en plus : winner take all ≠ first to the market



GAFA

GAFA MSH
 Google Amazon Facebook Apple Microsoft Salesforce Huawei
 NATU BEY
 Netflix Airbnb Tesla Uber Booking Expedia Yandex
 BATX BDH
 Baidu Alibaba Tencent Xiaomi Bytedance DJI Hikvision
 ...

Qui perturbe
 les
 BATXBDH ?



DNVB

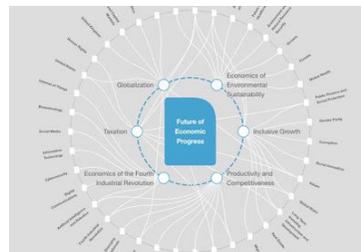
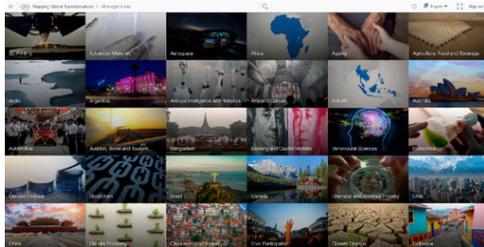
DNVB = DTC
 Digital Native Vertical Brand

D2C

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



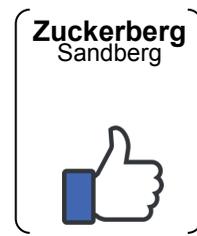
4ème révolution industrielle
 Vapeur + moteur
 Électricité
 NTIC
 NBIC



3ème révolution industrielle
 Vapeur + moteur
 Électricité
 NBIC (inclus NTIC)

Michel SERRES **Luc FERRY**

-3000 écriture 1800 Vapeur
1450 imprimerie/chiffre 1900 Électricité
2000 NBIC 2000 NBIC



JEAN-LOUIS MISSIKA
PIERRE MUSSEAU

Des robots dans la ville

COMMENT LES VOITURES AUTONOMES VONT CHANGER NOS VIES



“Le futur est déjà là — il n'est simplement pas réparti équitablement.”
William Gibson

“J'aime dire que la transformation digitale est finie.”

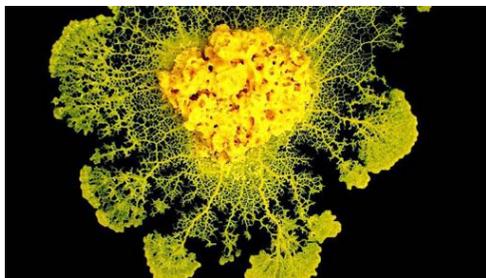
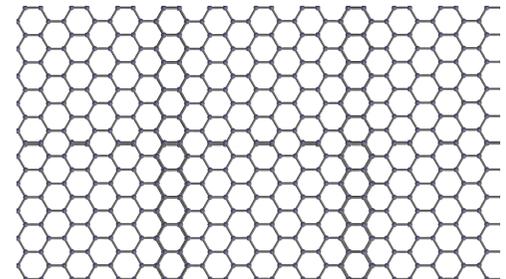
Aurélie Jean
LIFESO et FONDATION IN-SICO VERITAS, LLC



NBIC

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

IKB79



FUTURA SCIENCES

Le graphène, un matériau miracle

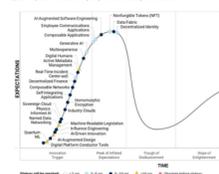
Des travaux en laboratoire montrent que des transistors en graphène sont potentiellement capables de dépasser les transistors en silicium, ouvrant la voie à des ordinateurs plus performants car plus rapides et plus petits. Étant pratiquement transparent et aussi bon conducteur que le cuivre, le graphène peut servir à réaliser des écrans tactiles, des panneaux lumineux et probablement des cellules solaires.

On s'attend aussi, lorsque seulement 1% de graphène est mélangé à de la matière plastique, à ce qu'il la rende électriquement conductrice. Sa résistance thermique devrait augmenter de 30 °C, ainsi que sa résistance mécanique (on sait que le graphène lui-même est 200 fois plus résistant que l'acier à la traction). D'intéressants matériaux composites au graphène devraient apparaître dans un avenir proche, avec des applications dans les satellites, les avions et les voitures.

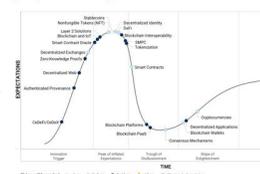
D'un point de vue théorique, la mécanique quantique a son mot à dire. En effet, bien que les électrons se déplacent dans le graphène 300 fois plus lentement que la lumière, les conditions auxquelles ils sont soumis imposent de les décrire mathématiquement par l'équation de Dirac, comme pour une particule relativiste presque sans masse ! Il en résulte que l'analogie de certains phénomènes ordinairement rencontrés en théorie quantique des champs relativistes peut s'y manifester. On peut donc simuler de la physique des particules avec le graphène. Mieux, des connexions, à aussi de nature analogique et mathématique, avec des calculs en théorie des cordes, sont étudiées.

Gartner Hype Cycle

Hype Cycle for Emerging Technologies, 2021



Hype Cycle for Blockchain, 2021



Source: Gartner (sept 2021)
140513

Gartner

WorkShop

Les 9 tendances technologiques Gartner

- 1/ L'internet des comportements «Internet of Behaviors» qui découle de l'« Internet of Things »
- 2/ L'expérience totale : multixpérience (MX), l'expérience client (CX), l'expérience employé (EX)
- 3/ L'agilité des entreprises
- 4/ L'ingénierie de l'intelligence artificielle
- 5/ L'hyper-automatisation est l'idée que tout ce qui peut être automatisé dans une organisation
- 6/ Le cloud distribué
- 7/ Les opérations en tout lieu
- 8/ Cybersécurité
- 9/ Vie privée informatique

Gartner



WorkShop

Les 9 tendances technologiques

Gartner

Les 9 tendances technologiques



Top Strategic Technology Trends for 2021

| People Centricity | Location Independence | Resilient Delivery |
|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> Internet of Behaviors Total Experience Privacy-Enhancing Computation | <ul style="list-style-type: none"> Distributed Cloud Anywhere Operations Cybersecurity Mesh | <ul style="list-style-type: none"> Intelligent Composable Business AI Engineering Hyperautomation |

Combinatorial Innovation

Source: Gartner
733310_C

Gartner

WorkShop

Les 9 tendances technologiques

Gartner a dévoilé les 9 tendances technologiques qui mettent en évidence les opportunités et les moyens pour les entreprises de se différencier de leurs concurrents dans un contexte inédit.

« 2020 a été marquée par la disruption ». Une année qui a forcé les entreprises à se réinventer, à pivoter et à explorer de nouvelles pistes.

L'internet des comportements

La première tendance dévoilée par Gartner est l'« internet of Behaviors » qui découle de l'« Internet of Things »

L'expérience totale combine des disciplines traditionnellement cloisonnées telles que la multixpérience (MX), l'expérience client (CX), l'expérience employé (EX) et l'expérience utilisateur (UX).

L'agilité des entreprises : une entreprise qui peut s'adapter et se réorganiser fondamentalement en fonction de la situation actuelle. Selon Gartner, les entreprises devront en 2021 donner un meilleur accès à l'information, compléter cette information par une meilleure connaissance et avoir la capacité de répondre rapidement aux implications de cette connaissance.

L'ingénierie de l'intelligence artificielle sans l'ingénierie de l'IA, la plupart des sociétés ne parviendront pas à faire passer les projets d'IA du stade de la preuve de concept et des prototypes à celui de la production à grande échelle.

Gartner

WorkShop

L'hyper-automatisation est l'idée que tout ce qui peut être automatisé dans une organisation doit l'être. Selon Gartner, de nombreuses entreprises sont soutenues par un « patchwork » de technologies qui ne sont ni légères, ni optimisées, ni connectées, ni propres, ni explicites. Ce qui n'est pas étonnant puisque l'accélération du e-commerce exige efficacité, rapidité et démocratisation. Les marques qui ne se concentrent pas sur l'efficacité, l'efficiency et l'agilité commerciale seront laissées pour compte en 2021

Le cloud distribué

Le cloud distribué est le lieu où les services de cloud sont distribués à différents endroits physiques, mais le fonctionnement, la gouvernance et l'évolution restent la responsabilité du fournisseur de cloud public.

Les opérations en tout lieu Les opérations en tout lieu font référence à un modèle d'exploitation informatique conçu pour soutenir les clients partout, permettre aux employés d'y accéder n'importe où et gérer le déploiement des services commerciaux dans une infrastructure distribuée. Cette tendance a été omniprésente à l'arrivée de la crise sanitaire alors que le télétravail est devenu la norme.

Le maillage de la cybersécurité est une approche architecturale distribuée pour un contrôle de la cybersécurité évolutif, flexible et fiable. La crise sanitaire a fait que la plupart des biens et des dispositifs sont désormais connectés en dehors des paramètres de sécurité physiques et logiques traditionnels.

Gartner

facebook horizon metaverse



horizon

G

ROBLOX



ROBLOX



G



Vin Cerf
Tim Berners-Lee
Metcalf
Moore
Rifkin

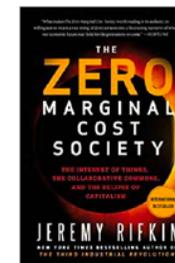
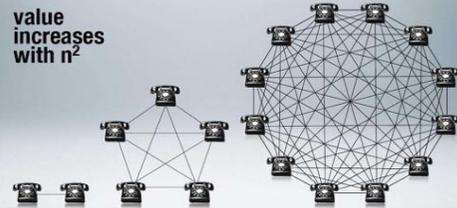
TCP/IP
http
network
scaling
3IR

internet arpanet 1970 → 81 (2 → 213 ordi)
1969 TCP/IP
email 1975
IN2P3 voice next cube mac os
cern tim berners le robert caillo 1989
Mozaik → navigateur web 1993 image mise en page
Yann ikon iki open chrome vs flash vs xml vs W3
Quiz : internet a 50 30 20 ans
Quiz : Web a 20 30 40 ans
Quiz : email a 20 30 40 ans

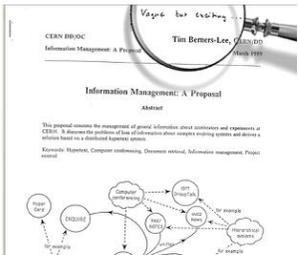
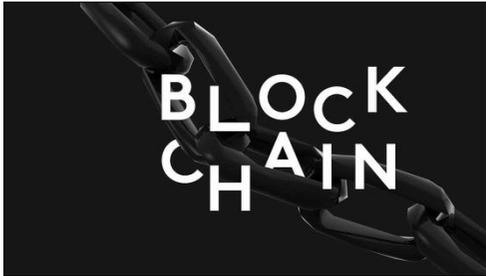
timeline
arpanet internet mail tcpip web html http mosaic mozilla firefox
APP

METCALFE'S LAW

value increases with n²



Satochi Nakamoto
Vitalik Buterin
Pascal Gauthier
Nicolas Julia
PNL



Beeple 69 millions
Blockchain
NFT non-fungible
tokens

jack
@jack
just setting up my twtr



VUCA d'un secteur :
Choix d'un secteur / marché / entreprise
Remplir la matrice VUCA
Présenter votre matrice VUCA et comparer la aux autres matrices

1 dossier à rendre par groupe
1 page 1500 caractères
modèle PAPER1
presentation orale tirée au sort



WEB 3 in
our lives
our companies
our citizenship

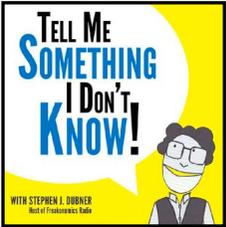


NBIC appliqué à votre entreprise, vos produits, vos services...

+ 2 énigmes dans la slide



- 1/ Qui est SBF ? Quelle est son histoire en novembre ?
- 2/ Quelle entreprise a changé de nom pour s'appeler Block ? Que fait-elle ?
- 3/ Qui a lancé le "single day" (le "double 11" ou le "Global Shopping festival") ? Quand ? Pourquoi ? Pourquoi les résultats 2022 restent secrets ?
- 4/ Qu'est ce que la DeFi (diii-faille) ?
- 5/ Quel est mon 'role model' favori ?



TMSIDK à propos du cours, des thèmes, des sujets, de l'innovation, des stratups et licornes, des technologies, des rôles models ...

(préparer un plan B et annoncez le A progressivement)



- 1/ Quel est l'intérêt pour une entreprise d'utiliser les outils WEB3 ?
- 2/ Quelle pourrait être la stratégie WEB3 de GEM ?
- 3/ Citer les 5 actions WEB 3 que GEM pourrait mettre en place
- 4/ Quelles collections de NFT pour GEM, quelle utilité ?
- 5/ Quelles metavers pour GEM ? Avec quelles interopérabilités ?

