

A black smartphone is shown at an angle, lying on a dark brown wood-grain surface. The screen is white and displays the word "Hello" in a simple, black, sans-serif font, centered on the screen. The phone's camera notch is visible at the top edge of the screen.

Hello

UseCaseLab

..suite..

GROUPE 1

NOM ???

1/ USE CASE LAB

produit energie + NBIC avec outils : VUCA et INBOUND

2/ Qui Disrupte les BATXBDH

3/ STARTUP LAB

nouvelle grid / plateforme sur vos marchés / PropTech

4/ Curation

Choisir un article dans LinkedIn (ou ailleurs) et le stocker dans GetPocket

5/Définition / Ordre / Dépendance

Mettre dans l'ordre les 6 étapes suivantes :

Prototype MVP (Minimum Viable Product) PMF (Product Market Fit) Pivot Scalable

POC (Proof of concept)

6/Tell me Something I don't know

... comme son nom l'indique

7/ OPTION PARCOURS CLIENT ET POINTS DE CONTACT

8/ Matrice d'impact

Citez les éléments que vous reprenez de ces 2 jours à classer en 1 2 3 ou 4

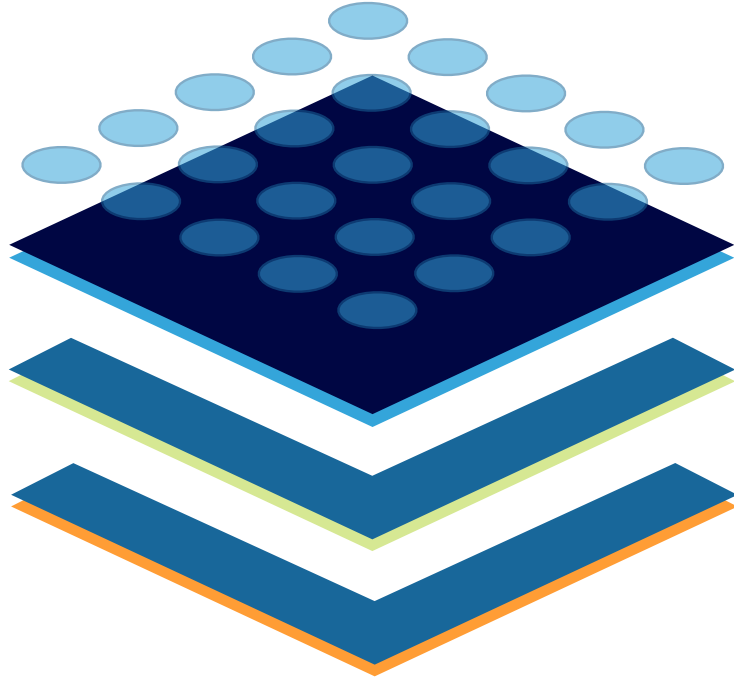


**La réaction ou la sur-réaction
provoque l'effet contraire :
une diffusion de masse**

effet streisand

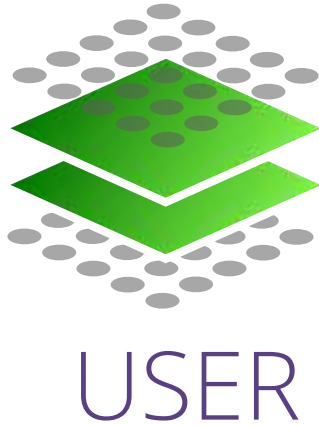
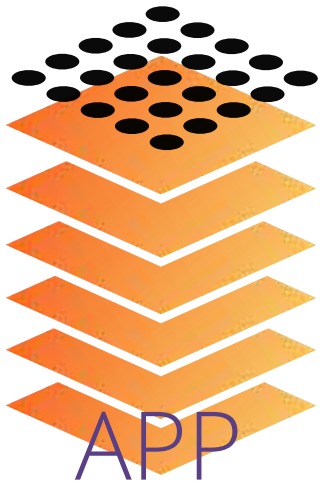
**Clément Viktorovitch : L'effet
Streisand**

<https://youtu.be/2gycx6ITHew>



PLATFORM

platform economy



X XX X

A A S

APP

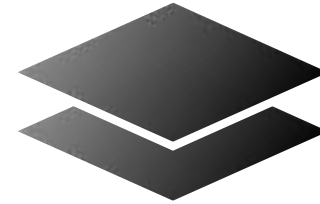
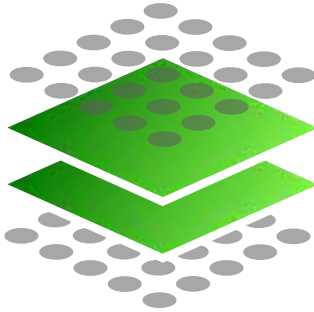
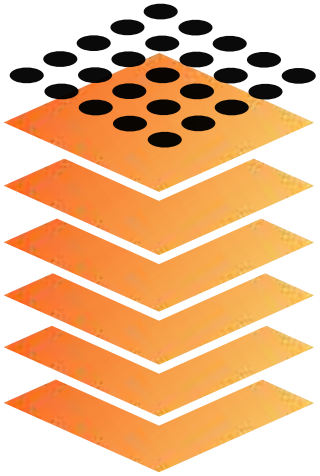
SOFT

USER

ADV

TRUST

DATA



PaaS
platform as a service

disruption
servicisation
uberisation
platformisation

Saas

IaaS

PaaS

Abonnement

Location

Servicisation

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



INTRODUCING
amazon go

YouTube

AI + **amazon** = *amazon go*



Classement 2001

2006

2011

2016

2017

2018

1		ExxonMobil	ExxonMobil			
2	 Microsoft			Google	Google	amazon
3	ExxonMobil	 Microsoft	PetroChina	 Microsoft	 Microsoft	 Microsoft
4	Walmart 	citibank		BERKSHIRE HATHAWAY	amazon	Google
5	citibank	 GAZPROM	ICBC 	ExxonMobil	facebook.	Tencent 腾讯

G A F A

G

GAFA

Google Amazon Facebook Apple Microsoft Salesforce Huawei

MSH

NATU

Netflix Airbnb Tesla Uber Booking Expedia Yandex

BEY

BATX

Baidu Alibaba Tencent Xiaomi Bytedance DJI Hikvision

BDH

Qui disrupte
les BATXBDH ?





	BookMarket	believe			BLADE	Cityscoot	
	DEVIALET	Doctolib	Oevaneos	FINALCAD	FRICHTI	HomeExchange	HRPath
	ivalua			Ledger		meero	MIRAKI
		DVH	PayFit	recommerce	sendinblue	Shift Technology	sigfox
TALENTSOFT	VodeSecure	Veepee		Voodoo	wynd		



An aerial photograph of a city is overlaid with a complex digital network of glowing blue lines and nodes, representing a smart city or data infrastructure. The text 'ATELIER' is written in white, and 'PROJET' is written in grey, both in a large, bold, sans-serif font across the center of the image.

ATELIER PROJET

StartupLAB

6 start-up qui réveillent les copropriétés

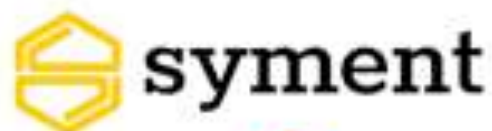
12 avril 2018, mise à jour le 20 avril 2018

 COPROPRITÉ



Comment améliorer la relation entre une copropriété et son syndic ? Qui choisir pour accompagner sa copropriété au quotidien ? Le digital a justement changé la donne ces dernières années, sur des sujets comme la gestion au quotidien, le prix des charges, la communication avec le syndic. Découverte de 6 start-up qui soufflent un vent frais sur le monde des copro.

illiCopro





Finis les problèmes de syndic

Une gestion moins chère, plus efficace, plus conviviale

DÉCOUVREZ LA SOLUTION



Robin, Raphaël

Bonjour ! Vous avez une question sur iLLiCopro ?

Type your message...

Envoyer

Découvrez les témoignages de nos clients

Plus de 4000 copropriétaires nous font confiance

Syndic Augmenté

Réactif, disponible, transparent.

Et 2 fois moins cher qu'un syndic traditionnel, grâce à l'optimisation et à la digitalisation.

[En savoir plus ↓](#)



03



@kratiroff | © 2020

CONTENT

//

FOMO



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

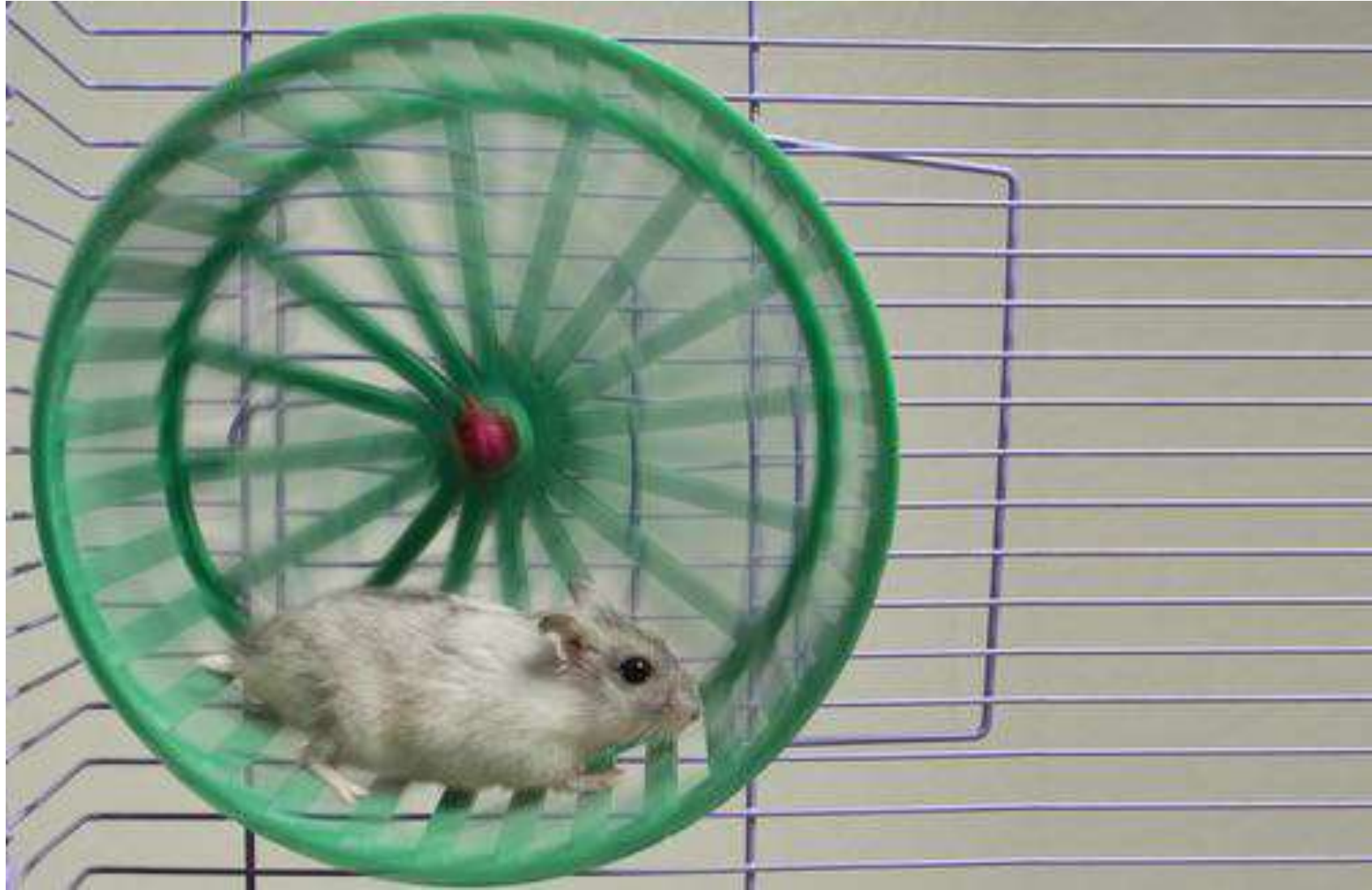
Respect du lecteur
Respect du client
Fidèle au-delà du
raisonnable



Info Cacophonie



Syndrome du Hamster





© 2014 BILBO.COM
 ©2014 Download.com

G

« 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

G

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 GUILBERT, <i>Prise phénoménologique du soi à main en général et du Lady Dior en particulier</i>	9
ÉRIC REINHARDT, <i>Aya et Naoika</i>	21
ADAM GOPNIK, <i>Le soi à main philosophique</i>	43
ALEXANDER MAENK, <i>Les chiens malins</i>	51
CAROLLE LAURENS, <i>Le fond du soi</i>	75
ANTHONY MARRA, <i>La proposition</i>	90
NELLY KAPRIELLAN, <i>Last Night a L. D. Secret My Life</i>	103
COLOMBE SCHNYCK, <i>À l'intrigue</i>	113

StoryTelling

NoStory : NoBusiness



Best StoryTelling ever
veni vedi vici

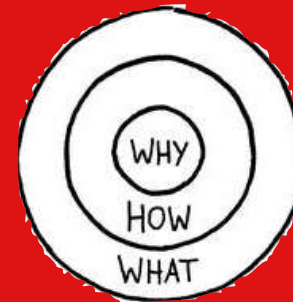
second StoryTelling
asteroide B612





Simon Sinek

WHY

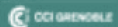


GE the message

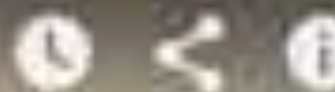


GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT
TECHNOLOGY & INNOVATION

our partner



Volvo Trucks - The Ballerina Stunt (Live Test)





GAMIFICATION





LEARN MARKETING

TENDANCE EN

PLEIN ESSOR

**LE MEILLEUR
BRAND-CONTENT**



Data

16



Storytelling

Conference & Awards

Conférence de rédaction



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 **kratoff**

Paste a link to create a new scoop



Scoop without link | Upload your own document | Get suggestions

Scooped by **kratoff**

Live Desktop Broadcasts, Mid-Roll Video Ads & More: 7 Facebook Changes You May Have Missed

Scooped by **kratoff**

Le monde en 2022 selon IBM

From [www.ladn.fr](#) - January 15, 2021 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."

Scooped by **kratoff**

'We're the Uber of X!'

From [www.comptroller.com](#) - January 5, 11:05 AM

"It's a harbinger of the future you that has to be in business. 'We're the 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**

10mtravel - 4 min

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

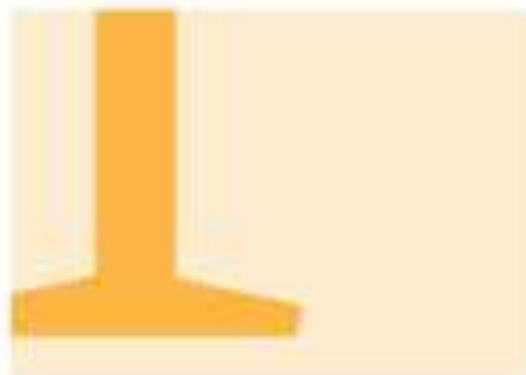
...

**IAE UNIVLYON3 SYSTEME D'INFORMATION**

toutsurlemarketing.com

Intro : Digital + Data / BI / accordfy / HE NPS

...

**1274, l'immobilière des avocats**

1274.fr

...





POEM



POEm

Paid

Owned

Earned

Média & Marketing



PAID

Achat d'espace

Displays

Liens sponsorisés

Programmation & 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

G

Key TakeAways

ce qu'il faut retenir



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



04



@kratiroff | © 2020



**DATA
4 ALL**



2000 naissance de GoogleImage

DIGITAL

=

DATA

A portrait of Galileo Galilei, showing him from the chest up. He has a full beard and is wearing a dark, patterned garment. The background is dark and textured.

GAILILEVS
GAILILEVS
MATHVS:

Mesurer ce qui
est mesurable et
rendre mesurable
ce qui ne l'est pas

Galileo Galilei



What gets measured gets improved
You can't improve what you don't measure

You can't
manage what
you don't
measure

Peter Drucker

1

DIGITAL = DATA

tout se mesure
tout se stocke
tout signifiant
> déclaratif
TAG facile et gratuit
QrCode

2

DATA DRIVEN

Outils gratuits
Stat
Algorithme
5V
Collecte, stockage,
traitement,
visualisation, action

3

BusDev Growth H

BizDev
KPI
Hacking

DATA

NOT BIG

NOT SMART

NOT SMALL

...

JUST DATA

TO BE ANALYSED

TO IMPACT A BUSINESS

=

BI

ce que la data apporte au marketing



Marketing OLD

études

enquêtes

...

mkt mix

trade marketing

digital marketing

...

prix

distribution

promotion

DATA DRIVEN MARKETING

Marketing NEW

Données réelles

Touchpoints

...

Parcours clients

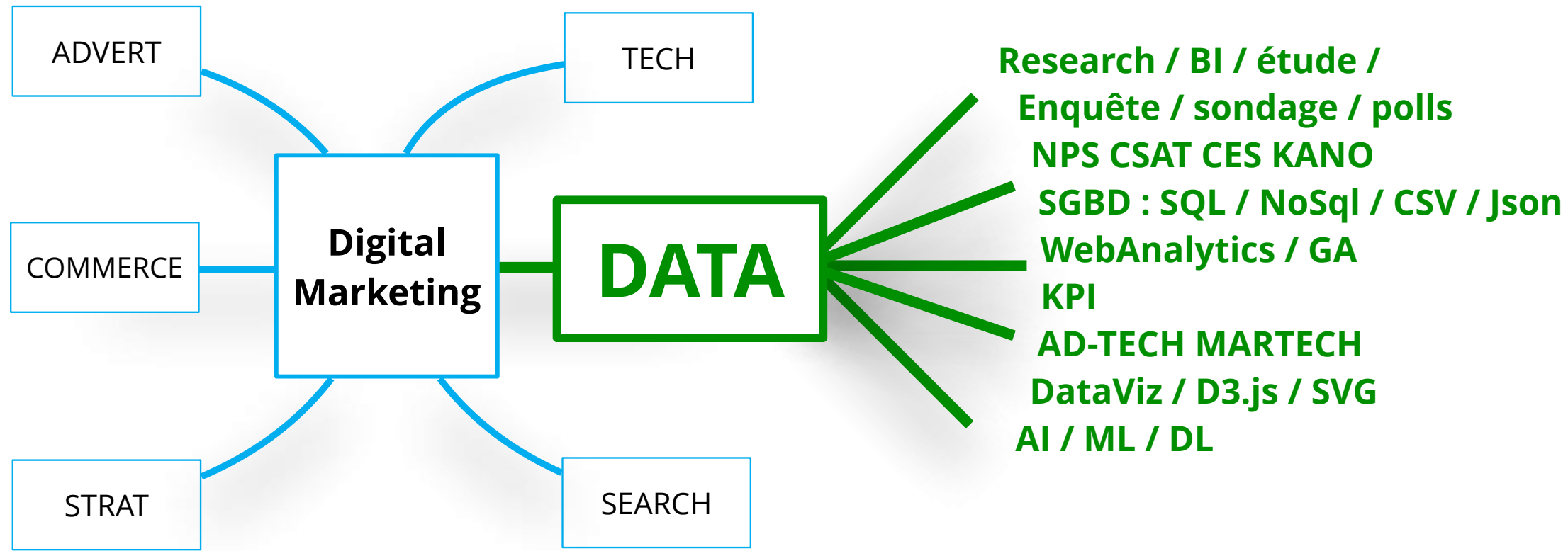
Touchpoints

eXpérience Client

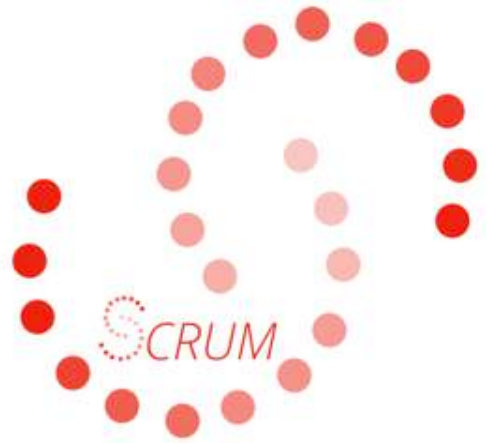
...

Prix et Promotions en temps réel

Canaux et Produit personnalisés

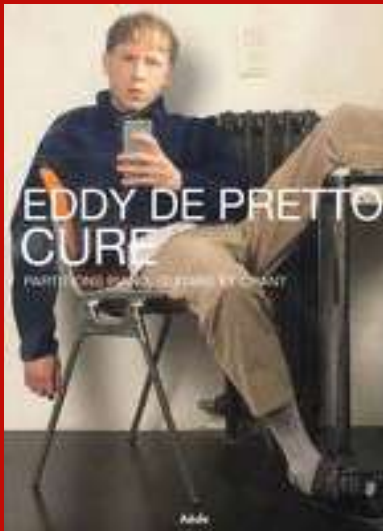


AGILITÉ



J'● LA

SIMPLICITÉ



Google

jain alright lyrics

All Videos News Images Maps More Settings

About 244,000 results (0.47 seconds)

Alright

Jain

Things gonna be alright
Things gonna be just fine
Things gonna be alright
If love is around
Things gonna be alright
Things gonna be just fine
Things gonna be alright
If love is around

I know you think that I am over you
But I have just better things to do
Than crying over you, I really got to move
On with the love that I keep around
I got my life and I'm a fire
I got my voice to make it higher
Show me the way I could be stronger
Life's too short to look down at you



42



Les startups infusent le monde économique

Harvard Business Review

Strategy for
Start-Ups

by Michael S. Kaplan, Jeffrey Pfeffer, and Scott Branson

The Surprising
Power of Quasicons

by Michael S. Kaplan, Jeffrey Pfeffer, and Scott Branson

Marketing in
the Age of Alexa

by Michael S. Kaplan, Jeffrey Pfeffer, and Scott Branson

Managing
21st-Century
Political Risk

by Michael S. Kaplan, Jeffrey Pfeffer, and Scott Branson



Harvard
Business
Review



AGILE AT SCALE

HOW TO CREATE A TRULY
FLEXIBLE ORGANIZATION

MVP

minimum viable product

première version visible et distribuable
d'un produit

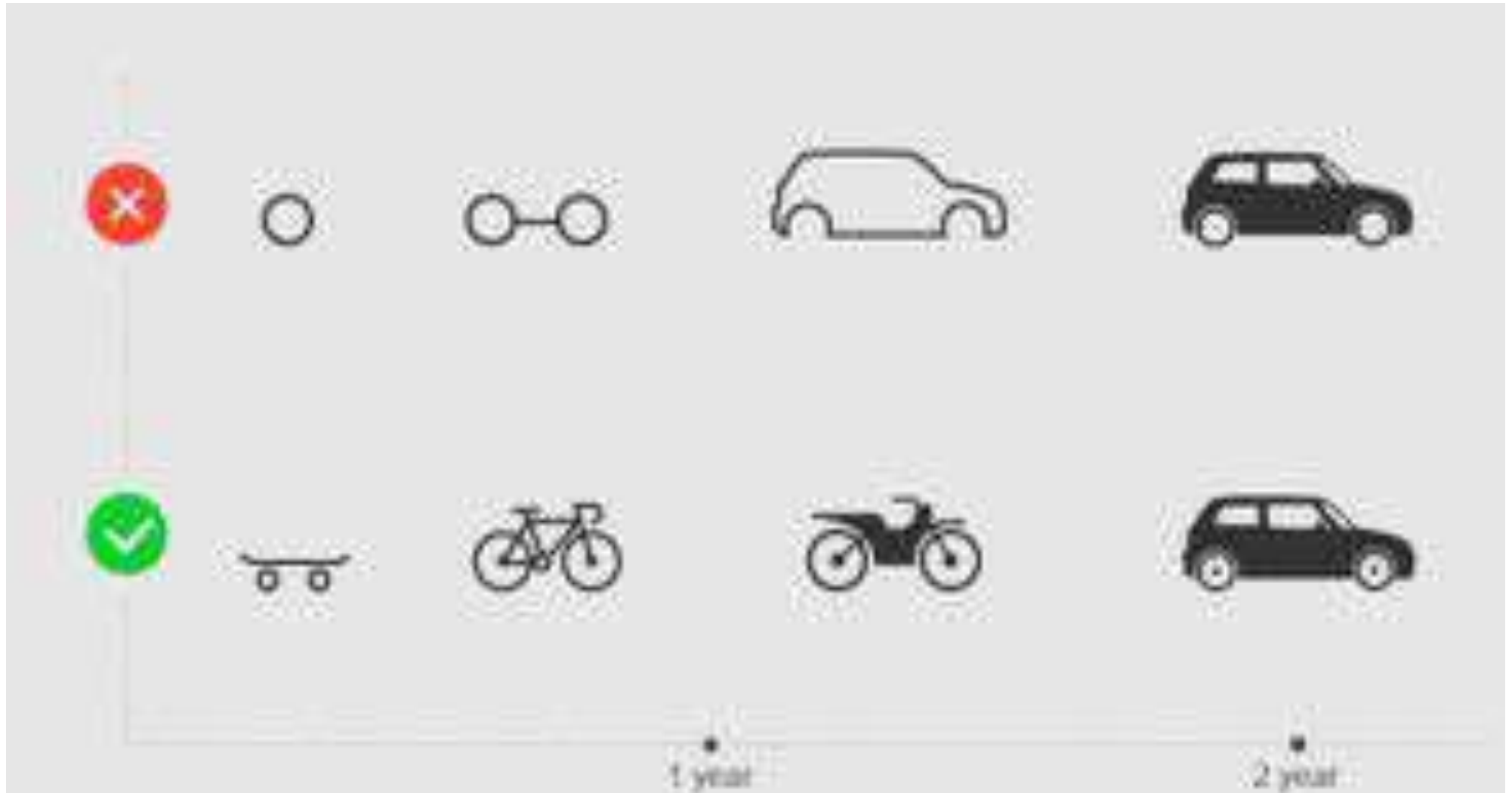
utile pour les tests et choix des
fonctionnalités à ajouter / enlever

utile pour pivoter

1/ POC

2/MVP

MVP



Définition / Ordre / Dépendance / Schéma

Prototype

MVP (Minimum Viable Product)

PMF (Product Market Fit)

Pivot

Scalable

POC (Proof of concept)

à mettre dans l'ordre

Test and Learn

continuous delivery integration

CD / CI

welcome change



THE LEAN STARTUP



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

ERIC RIES

Do More With Less

Lean Management

MVP (minimum viable product)

POC (proof of concept)

«Fake it until you make it»

Pizza team

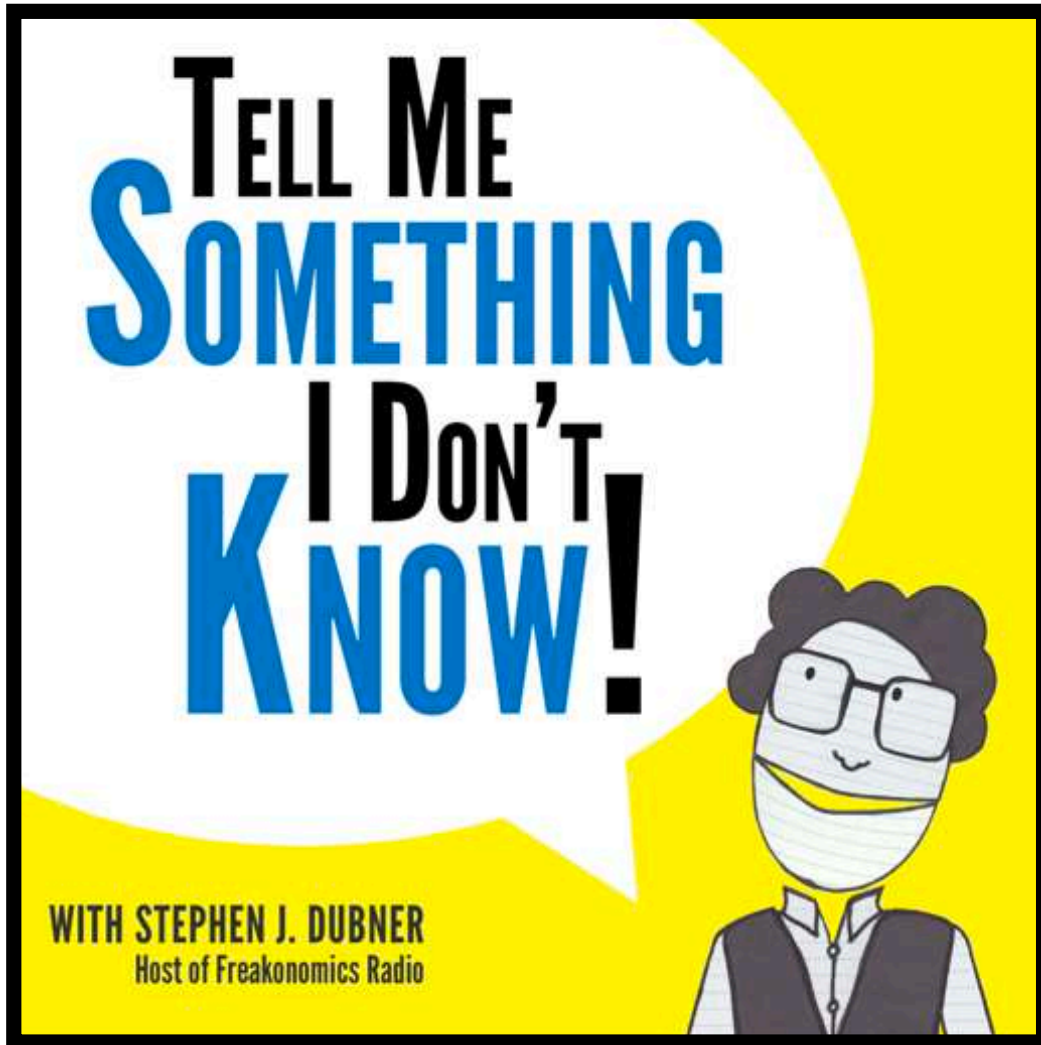


**GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT**
BUSINESS LAB FOR SOCIETY

MEMBERS
CCI GRENOBLE



Sale-LAB



À propos du cours, des thèmes,
des sujets, de l'innovation,
des entreprises ...

05



UX



UX **=>** ***UE***

user engagement

UX > CX

*nombre
plus de user que de client*

CX > UX

***qualité
plus de contact avec les
clients***

An aerial photograph of a city is overlaid with a complex digital network of glowing blue lines and nodes, representing data flow or connectivity. The text 'ATELIER' is written in white, and 'PROJET' is written in grey, both in a large, bold, sans-serif font across the center of the image.

ATELIER PROJET

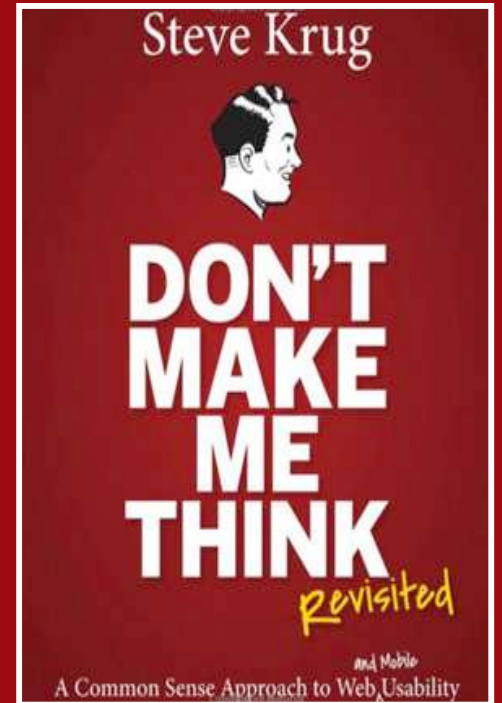
Nom du Touchpoint / Point de contact	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Channel / Canal									
Interaction du client									
Interaction de la marque									
Avis du client perçu par le client									
Décalage avec le positionnement voulu									
Solutions et propositions d'amélioration									

CHAPTER

1

Don't make me think!

KRUG'S FIRST LAW OF USABILITY



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

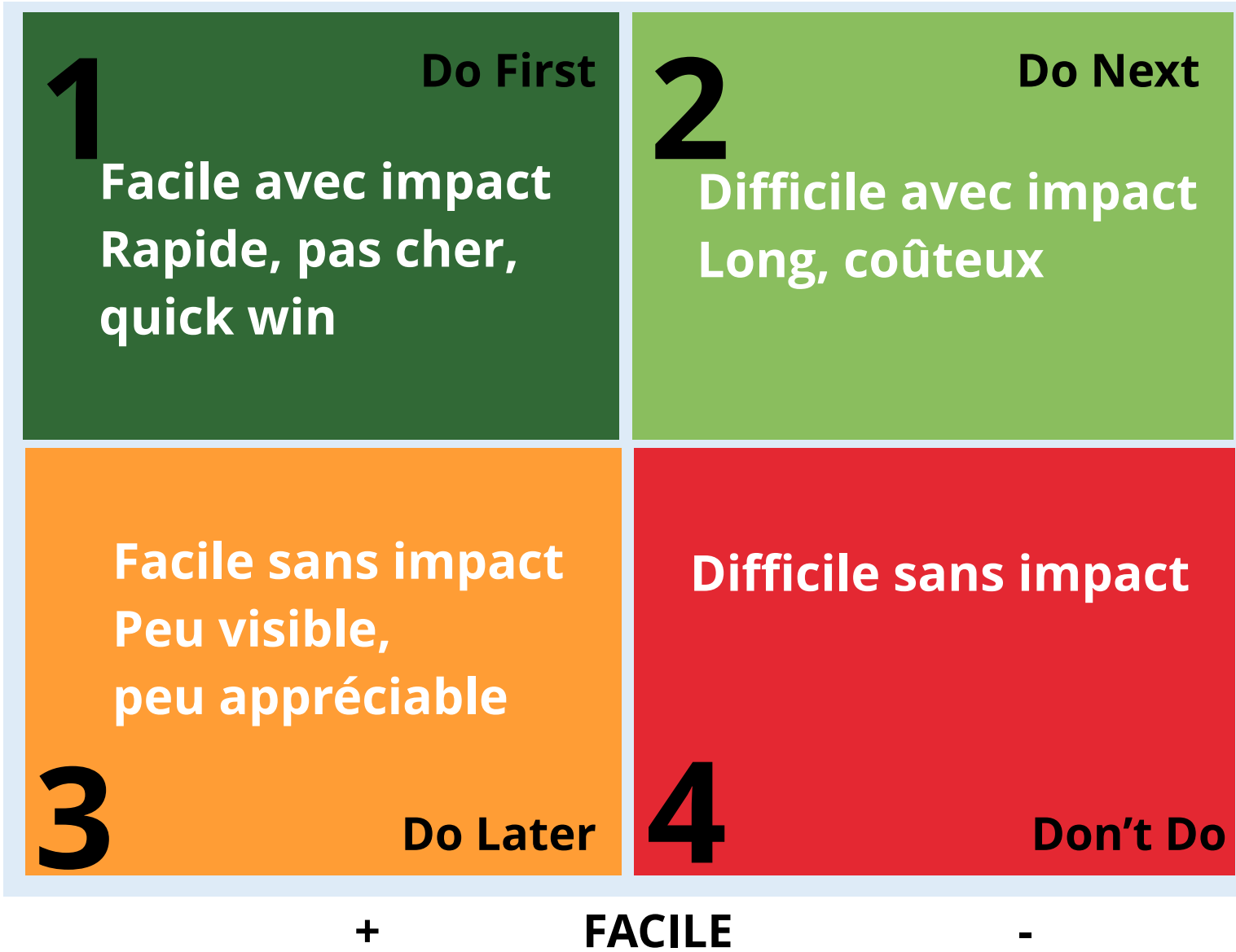
= *enchanter*



An aerial photograph of a city is overlaid with a complex digital network of glowing blue and green lines and nodes, representing a smart city or data infrastructure. The text 'ATELIER' is written in white, and 'PROJET' is written in grey, both in a large, bold, sans-serif font across the center of the image.

ATELIER PROJET

Matrice de l'impact





KRATI

hubertkratiroff

06 80 43 29 05

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

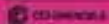
ET SI INNOVER ÉTAIT DÉJÀ DÉPASSÉ ?

© 2014 ESCP. Tous droits réservés.



**GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT**
Innovation & International

escp



GRENOBLE-EM.COM

Se poser les bonnes questions, apprendre à résoudre des problèmes qui n'existent pas encore et créer en eux-même, c'est l'expérience unique que vous propose Grenoble Ecole de Management.

Une expérience humaine, entrepreneuriale et digitale, pour répondre au business et société de tout le'un.



FIN

FILM





FIN