

Innovations marketing & commerciales B2B



Hubert KRATIROFF

Professeur intéressant d'économie digitale et numérique

Hubert Kratiroff est un évangéliste technologique (technology evangelist) et CDO (Chief Digital Officer). Après une carrière en marketing (chef de produit, puis responsable marketing et finalement directeur marketing Europe) puis en informatique (DG et codeur d'une SSII de logiciels hospitaliers pour la gestion du dossier patient : Gesmedic), il maintenant spécialiste en marketing digital, communication numérique et économie digitale.



Hubert Kratiroff est un full stack marketer : capable d'analyser une situation, de définir une stratégie et de l'appliquer grâce à la maîtrise des outils de programmation. Inventeur de la méthode XP et adepte de SCRUM, LEAN & AGILE qu'il utilise en informatique depuis 1996, il les importe dans le management des équipes marketing. Enfin il est signataire du Modern Marketing Manifesto et milite pour un data driven marketing, une éthique de l'IA et pour l'AdTech.



DURÉE : 2 jours

OBJECTIFS :

Pendant deux journées, immergez-vous dans un nouvel univers où tout est possible, tout arrive, vite, et même le pire... la survie dépend de la capacité d'adaptation, du pivot, de la rapidité de la réaction.

- Objectif 1 : immersion numérique et culture digitale
- Objectif 2 : appréhension de la vitesse des écosystèmes et du champ des possibilités
- Objectif 3 : adaptations, pivots et anticipations
- Objectif 4 : découvrir les nouvelles méthodes marketing, communication et commerciale.

CONTENU DETAILLÉ :

- Épisode 1 : Un nouvel écosystème à analyser
 - VUCA, MMM, open innovation et full stack jobs
 - Les nouveaux outils d'études, d'enquêtes, d'analyse, de curation : persona et NPS

- Les nouvelles attentes des utilisateurs (clients, partenaires, consommateurs, utilisateurs...),
 - Les nouvelles prétentions des concurrents, agilité, 4^{ème} révolution industrielle, NBIC, digital et numérique

- **Épisode 2 : Les nouvelles conditions commerciales à intégrer par les stratégies inbound**
 - La construction de plateformes
 - Le social selling
 - La satisfaction de l'écosystème complet
 - L'intermédiation ou la désintermédiation par le digital

- **Épisode 3 : La construction d'une marque par tous**
 - La production du brand content
 - La diffusion du product content
 - Gamification, personnalisation et conversation
 - Email, chatbot et messagerie

- **Épisode 4 : Des innovations techniques à maîtriser**
 - BlockChain (contrat ou rémunération de tiers)
 - Les datas (collecte et nouveaux services optimisés grâce aux datas)
 - L'IOT et ses utilisations (beacon et capteurs)
 - L'IA et ses utilisations (chatbot)

- **Conclusion de la série : UX et engagement**

- **Atelier N°1 : Outillage digital**

En fonction des acquis et envies du groupe, certains outils digitaux pourront être soit simplement démontrés, soit utilisés en groupe ou sous-groupe. Tous ces outils digitaux sont aussi utilisables dans le cadre des missions Engie Réseaux

- **Atelier N°2 : Use case / Cas d'usage**

Choix d'une technologie par sous-groupe et travail sur la présentation d'un cas d'usage à l'utilisation de l'interne et de l'externe.

- **Atelier N°3 : Sell-Lab**

Le laboratoire de vente est un atelier de composition des meilleures offres accompagnées des outils de vente et du PITCH parfait au Codir Engie Réseaux

- **Atelier N°4 : Start-Lab**

Laboratoire de conception d'une startup pour remplacer (fictivement !) un de métiers de Engie Réseaux. C'est un exercice d'auto-uberisation avec un PITCH aux investisseurs (toujours fictifs !)

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES :

- Méthode 1 : expérience phygitale
- Méthode 2 : laboratoire de vente et de conception
- Méthode 3 : démonstration des outils digitaux innovants utilisés par les startups
- Méthode 4 : mise en pratique en atelier par groupe

BIBLIOGRAPHIE :

Hubert Kratiroff intervient en cours et en conférences sur les sujets du marketing, du management et du digital. Il est expert APM en trade marketing et digital marketing. Il est auteur de « Fonction chef de produit marketing » et « marketing moderne » chez Dunod et « Stratégie marketing » chez Éditions d'Organisation. Il est professeur de marketing et d'économie digitale à GEM, HEC, EM-Paris, CNAM, X, université IAE Lyon 3 Jean Moulin et EM-Montréal. Il est diplômé de l'ESLSCA (1985), de ASHRIDGE (MBA 1995), du CNAM (DESS de mercatique interprofessionnel 2001) et de quelques MOOC (Coursera, HubSpot, EdEx...).

[linkedin.com/in/kratiroff](https://www.linkedin.com/in/kratiroff) twitter.com/kratiroff hubert@kratiroff.com

- « Fonction chef de produit marketing » et « marketing moderne » chez Dunod
- « Stratégie marketing » chez Éditions d'Organisation