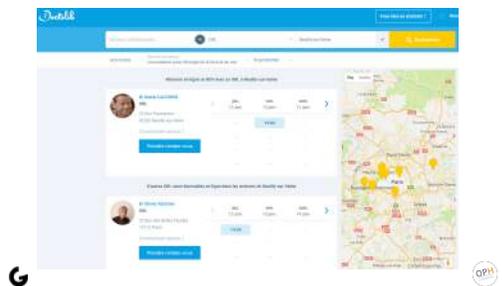
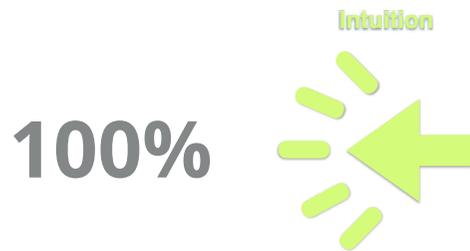


UI : interface = BEAUTÉ  
UX : expérience = INTELLIGENCE

Zéro UX  
Zéro UI

on peut être beau et intelligent à la fois

Meilleure Expérience



**Nouvelles Attentes**

*Pourquoi se contenter du minimum ?*





TAUX D'ILLECTRONISME  
Luxembourg : 3%  
Pays bas  
France : 15%  
Roumanie  
Bulgarie : 50%

L'illectronisme = 15% de la population  
75% de la population est connecté  
45% ne cherchent par d'info. administratives  
Ville -10,000 hab  
Zones blanches

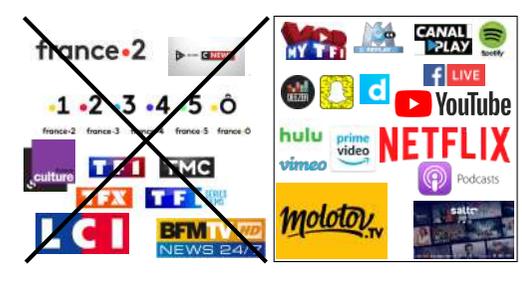
## ILLECTRONISME & INCLUSION

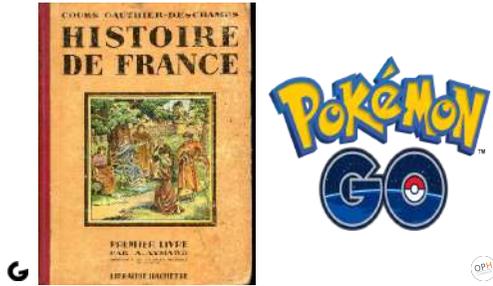


1990 : web et internet  
2000 : mobile  
2010 : Living Services

source : Google, Accenture

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





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



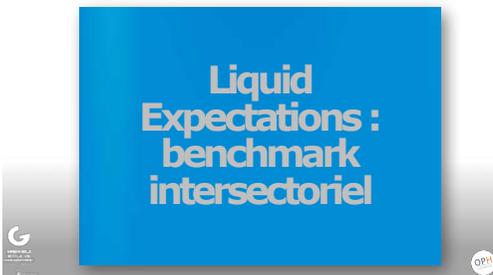
Bâtir une bonne UX :  
1/ supprimer  
et seulement après  
2/ ajouter

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

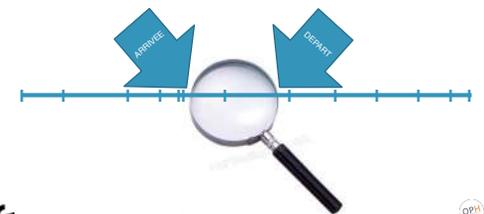
= simplifier

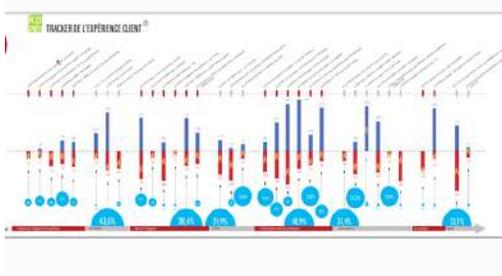
2/ Ajouter :  
satisfaction, fluidité  
art, plaisir, sentiment  
personnel, émotion  
sourire, humour

= enchanter



Parcours client visible et invisible

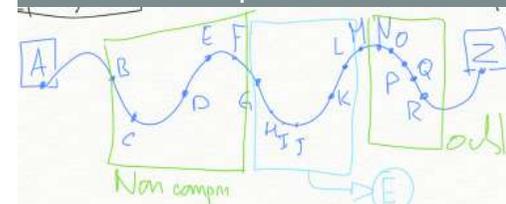




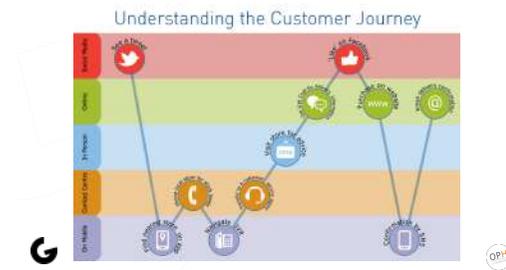
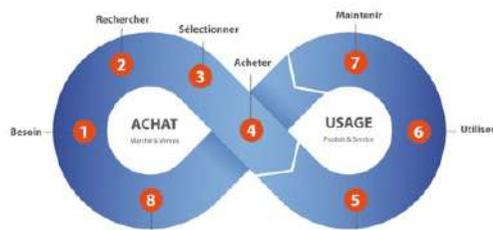
### Parcours client vu par les entreprises



### Parcours vu par le client



### Le parcours client



**Key TakeAways**

ce qu'il faut retenir

**optimiser tous les points de contact**



**PERSONA**

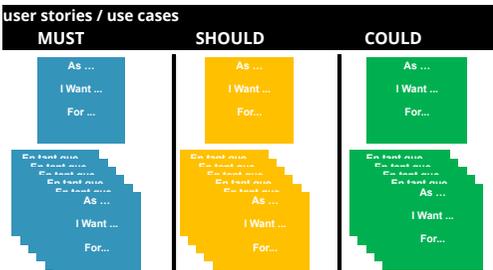
**USER STORY / USE CASE**

**John**

*« QUOTE : happy to be an entrepreneur in IoT »*

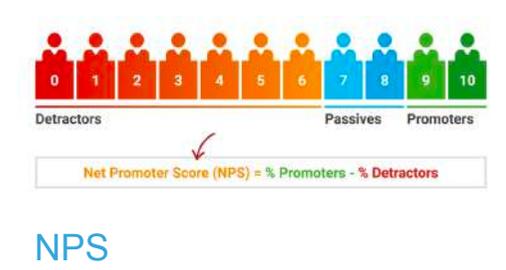
Description: funder of an IoT company  
9 employees  
7 millions euros turnover  
29 clients with 650 shops

Name	JOHN	Revenue	[Slider]
Age	36	Ville	[Slider]
Live	Paris	Frequences	[Slider]
With	Jeanne no kids sup	Niveau Technique	[Slider]
Education	sup	Usage mobile	[Slider]
Resume	GEM-DBS master	Know How	[Slider]
Company	FUN IoT funded in 2012		
Products:	iBeacons for retail		



**NPS**

**Net Promoter Score**



**NPS**  
Net Promoter Score

NPS (Net Promoter Score)  
développé par Fred Reichfeld (Bain & Co)  
2003 Harvard Business Review

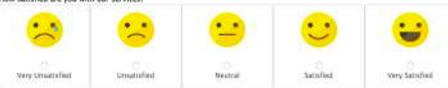


Ce qu'il faut retenir / Key takeaway  
1/ Calcul : (9+10) - (0 à 6) (sans 7 et 8)  
2/ Question décalée : conseillerez-vous ?  
3/ Fréquence : trimestrielle

How satisfied were you with your experience today?

Worst 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Best

How satisfied are you with our services?



**CSAT CUSTOMER**

Overall, how easy was it to solve your problem with (your business) today?

Very Difficult Difficult Neither Easy Very Easy

**CES (CUSTOMER EFFORT)**

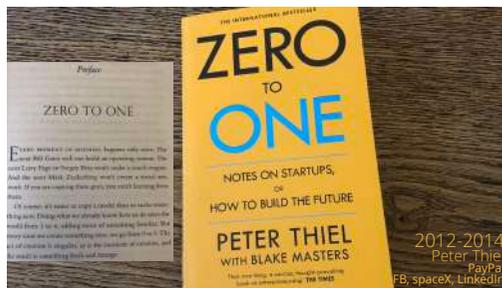
C'est quoi la suite ?...



disruption  
servicisation  
uberisation  
plateformisation

SaaS  
IaaS  
PaaS  
Abonnement  
Location  
Servicisation

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



Les **3** étapes de toute Innovation / rupture / révolution

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

Thiel / Aberkane

Key TakeAways  
ce qu'il faut retenir

meeting needs profitably in a VUCA ecosystem

Ridicule  
Dangereux  
Évident

délai  
délai



**NEXT**

hubertkratiroff  
06 80 43 29 05  
hubert@kratiroff.com  
linkedin.com/in/kratiroff  
@kratiroff