



INSPIRING IDEAS AND TALENT
TECHNOLOGY & INNOVATION

INNOVATION & DIGITALISATION DES SERVICES

PAR HUBERT KRATIROFF
3 MARS 2022



**GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT**

TECHNOLOGY & INNOVATION



ACT THINK IMPACT





Logements pour les particuliers
et immobilier pour les entreprises



OFFICE PUBLIC DE L'HABITAT DU DÉPARTEMENT DE L'ARDÈCHE

Céline
Catherine
Marie Charlotte

Hello

Jean-Yves
Denis
Fabrice
Bertrand
Stéphane
Laurent
Martial
Jérôme



2017

technology evangelist

full stack marketer

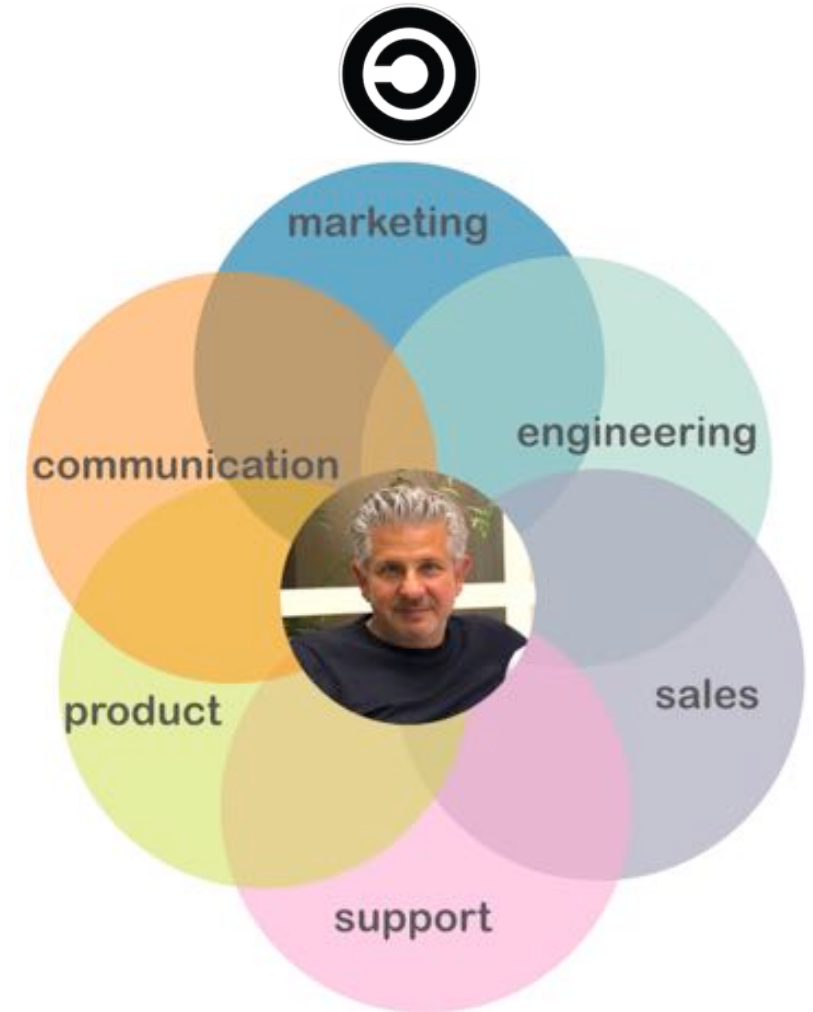
CDDO: chief digital/data officer

DPO: Data Protection Officer

expert **learn marketing, CMI, marcom**

everyday writing, coding & programming

entrepreneur / consultant



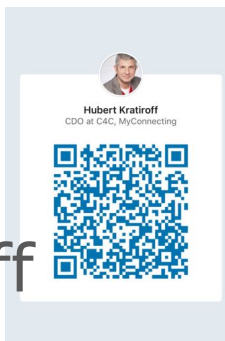
hubert@kratiroff.com



@kratiroff



linkedin.com/in/kratiroff



CX
EX

UX





your
happiness
is my
business

*Aphorisme de Hubert Kratiroff
inspiré par Paul Dubrule / Gérard Pélisson*



Google

stone chateau lyrics

Volume: 51m | CPC: \$0.50 | Competition: 0.1%

All Videos Images Maps Shopping More Settings Tools

About 4,460,000 results (0.66 seconds)

Chateau

Angus & Julia Stone

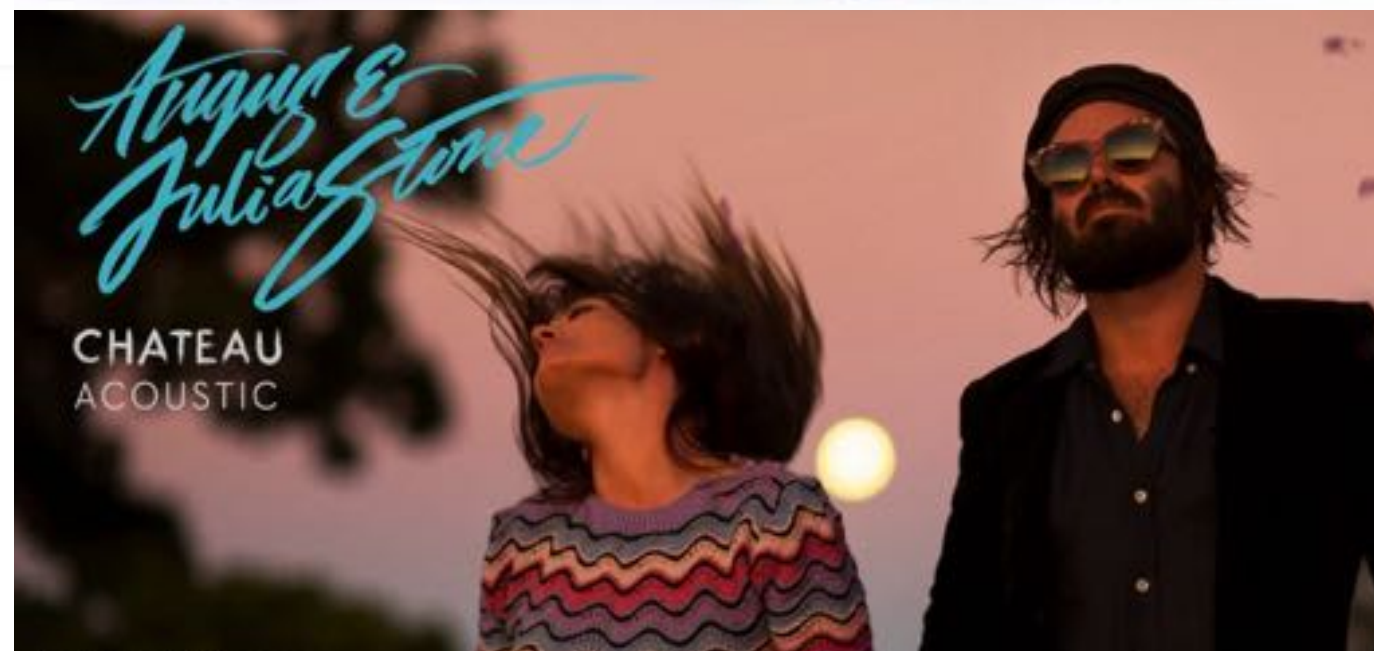
I don't mind if you wanna go anywhere
I'll take you there
We can go if you wanna go anywhere
I'll take you there

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

Every day the weekend, I'm tryna be your best friend



experience phygitale N°1



lesnouveauxmarketing
.com/op





Hubert Kratiroff

CDO at C4C, MyConnecting





Hubert Kratiroff 

France



Scan the QR code to add me on WeChat



lesnouveauxmarketing
.com/op



Les acronymes du marketing moderne



Toute spécialité a son jargon, en attendant un vrai lexique, voici 250 acronymes – pas tous pertinents – du marketing digital... qui est le marketing de tous les jours ! Et même si vous pensez, comme Elon¹ que ASS (acronyme seriously suck), sachez que TAWYG (Totally Agree With You Guys), mais c'est le langage des entreprises ! Bonne lecture (au moins utile).

¹ mail de Elon Musk à ses équipes en 2010 (Tesla, SpaceX, SolarCity, Bing et previously PayPal co-founder)

AA: Average active sessions
AAID: Android Advertising Identity
AAARRR: Acquisition, Activation, Retention, Referral, Revenue
ABC: Always Be Closing
ABM: Account Based Marketing
ABT: AB testing
ACSEL: Association pour commerce et services en ligne (ADEN: Association De l'Economie Numérique)
ADEX: Ad Exchange platform
AdTech: Advertising Technology (cf. MarTech)
ADX: Google DoubleClick Ad Exchange platform
ADA: Attention Interest Desire Action "First Purchase Funnel"
AMA: Ask Me Anything
AMP: Accelerated Mobile Pages de Google
APP: Application (a program designed to run on mobile devices)
API: Application program interface (cf. MUI)
AR: Augmented Reality (ou RA)
ARPU: Average revenu per user
ARR: average recurring revenu (or annual)
ASO: App Store Optimization (cf. Search)
ASF: Apache Software Foundation
ASP: Application service provider
AssurTech cf. Insurtech
AtkAd: Anytime Anywhere Anydevice
AtkAdAc: AtkAd + AnyContent
ATF: Above the fold (au dessus du pl, donc visible ; cf. BTF)
ATL: above the line (cf. BTL & media)
AWD: Adaptive web design (cf. RWD)
BAT(X): Baidu Alibaba Tencent Xiaomi (ou GAFA)
BANT formula: Budget, Authority, Need, Timeline (developed by IBM)
BAU: Business As Usual
BI: Business Intelligence
BMG: Business Model Generation by Alex Osterwalder
BOB: Best of Breed

BOFU: Bottom Of Funnel (cf. ToFu)
BPM: Business Process Management
BR: bounce rate (visite isolée à une seule page ou non réception d'un email)
BRCS: 5 countries competing with Trade and N-11
BTC: Bitcoin (BET)
BTF: Below the fold (en dessous du pl, donc invisible ; cf. ATF)
BTL: below the line (cf. ATL & hors media)
BtoG: Business to Government
BtoB: Business to Retail
BYOD: Bring your own device (cf. CYOD)
CAC: Customer Acquisition Cost (ou cycle d'activité client analyse du parcours client)
CAD: communication audiovisuelle dynamique (cf. DOOH & digital signage)
CCO: Chief Customer Officer
CCU cf. UCC
CDC: Cahier des Charges
CDJ: customer digital Journey
CEO: Chief Digital Officer (ou Chief Data Officer)
CDC: content delivery network / réseau de diffusion de contenu (AKA CDN)
CDP: Customer Data Platform (it's more than a DMP and CRM)
CEM: Customer Experience Management
CES: Customer Effort Score
CGI: Computer-generated imagery
CHO: Chief Happiness Officer
CLI: command line interface
CLV: Customer Lifetime value
Cmt: Community Manager
CM: Communication Marketing intégrée (CMC)
CMO: Chief Marketing Officer
CMS: Content management system
CNL: Commission Nationale Informatique et Liberté (cf. RGPD)
COOC: Corporate Open Online Course
COS: Cost Of Sale

CPA: collective performance et acquisition
CPA: Cost per action (or acquisition)
CPC: Cost per click: amount of money required to produce a single click (or Cost-per-Customer)
CPCV: Cost per completed view (CPCV = Cost + Completed Views)
CPL: Cost per lead
CPM: Cost per thousand (mille)
CPT: Cost-per-Transaction
CPV: Cost per view (see also PPV)
CR: Conversion rate
CRM: Customer relationship management
CRO: Conversion rate optimization
CSAT: Customer Satisfaction Score
CSR: Corporate social responsibility (RSE)
CSS: Cascading Style Sheets
CTA: Call to action
CtoB: Customer to Business (cf. UGC)
CtoC: Customer to Customer
CTR: Click Through rate (number of click on an item/ban)
CX: Customer experience (including UX)
CYOD: Choose Your Own Device (cf. BYOD)
D3.js cf. D3D
DAO: Decentralized Autonomous Organization (holocratie)
DDO: Data Driven Document
DDDM: data-driven decision management
DDS: data-driven strategy
DL: Digital Learning
DM: Direct mail or Direct message sur Twitter
DMECo: Digital marketing exposition and conference (Cologne, DE)
DMP: Data management platform
DNS: Domain name system (cf. ICANN & registrar)
DNVB: Digital Native Vertical Brand
DOOH: Digital Out Of Home (Digital Signage)
DL: Deep Learning

Les 150 définitions Conférence NoLimit



Toute spécialité a son jargon, voici quelques définitions utiles, regroupées par grands thèmes. Pour des questions de cohérence, certaines informations sont reprises avec un angle différent d'un thème à l'autre. La majorité des notions abordées et des définitions données sont d'un niveau très basique, l'objectif de ce document est de permettre un accès facile à ce monde digital qui peut en effrayer certains.

Les 150 définitions Conférence NoLimit	1
1. AdTech: Advertising Technology	2
2. Agilité, design et plus	4
3. Economy & general	6
4. Juridique	8
5. KPI: Key Performance Indicator	9
6. MarTech: Marketing Technology	13
7. Research (market) & études online	14
8. Référencement (SEARCH)	16
9. TECHNIQUE : inside web	18
Marketing, quelques définitions	21

Lexique knatiroff

Lexique

Survie agile en Digital Business

Toute spécialité a son jargon, parallèlement à un vrai lexique, voici 390 acronymes du marketing digital... qui est le marketing de tous les jours ! Et même si vous pensez, comme Elon* que ASS (acronyms seriously suck), sachez que TAWYG (Totally Agree With You Guys), mais c'est le langage des entreprises ! Bonne lecture (au moins utile)

* Mail de Elon Musk à ses équipes en 2010 (Tesla, SpaceX, SolarCity, Hyperloop, Boring and previously PayPal co-founder with Peter Thiel)

A

AAA:	Average active sessions	APP:	Application (a program designed to run on mobile devices)
AAID:	Android Advertising Identity	API:	Application program interface (cf. MtoM)
AARRR:	Acquisition, Activation, Retention, Revenue, Referral	AR:	Augmented Reality (ou RA)
ABM:	Account Based Marketing	ARPU:	Average revenue per user
ABT:	AB testing	ARR:	Average recurring revenue (or annual)
ADEX:	Ad Exchange platform	ASO:	App Store Optimization (cf. Search)
AdTech:	Advertising Technology (cf. MarTech)	ATF:	Above the fold (au dessus du pli, donc visible ; cf. BTF)
ADX:	Google DoubleClick Ad Exchange platform	ATL:	Above the line (cf. BTL & media)
AI:	Artificial Intelligence	AWD:	Adaptive web design (cf. RWD)
AIDA:	Attention Interest Desire Action "First Purchase Funnel"		
AMP:	Accelerated Mobile Pages de Google		

B

BA:	Business Angel	BMG:	Business Model Generation by Alex Osterwalder
BAT(X):	Baidu Alibaba Tencent Xiaomi (vs. GAFA)	BNPL:	Buy Now Pay Later
BAU:	Business As Usual	BOB:	Best of Breed
BI:	Business Intelligence	BOFU:	Bottom Of Funnel (cf. ToFu)
BIM:	Building Information Modeling ou Model, ou encore Management. Traduit par «bâti immobilier modélisé» leader REVIT	BOPUS:	Buy Online Pick Up In-Store
		BR:	Bounce rate (visite limitée à une seule page ou non réception d'un email)

BTC:	Bitcoin (XBT)	BtoG:	Business to Government
BTF:	Below the fold (en dessous du pli, donc invisible ; cf. ATF)	BtoR:	Business to Retail
BTL:	Below the line (cf. ATL & hors media)	BYOD:	Bring your own device (cf. CYOD)

C

CAC:	Customer Acquisition Cost (ou cycle d'activité client ancêtre du parcours client)	CPL:	Cost per lead
CAD:	Communication audiovisuelle dynamique (cf. DOOH & digital signage)	CPM:	Cost per thousand (mille)
CDJ:	Customer digital Journey	CPT:	Cost-per-Transaction
CDO:	Chief Digital (ou Data) Officer	CPV:	Cost per view (see also PPV)
CDN:	Content delivery network/ réseau de diffusion de contenu (AKAMAI)	CR:	Conversion rate
CDP:	Customer Data Platform (it's more than a DMP and CRM)	CRM:	Customer relationship management
CEM:	Customer Experience Management	CRO:	Conversion rate optimization
CES:	Customer Effort Score	CSAT:	Customer Satisfaction Score
CLV:	Customer lifetime value	CSR:	Corporate social responsibility (RSE)
CM:	Community Manager	CSS:	Cascading Style Sheets
CMS:	Content management system	CTA:	Call to action
COS:	Cost Of Sale	CtoB:	Customer to Business (cf. UGC)
CPA:	Cost per action (or acquisition)	CtoC:	Customer to Customer
CPC:	Cost per click: amount of money to produce a single click (or Cost-per-Customer)	CTR:	Click Through rate (number of click on an item/link)
CPE:	Cost per engagement	CX:	Customer experience (including UX)
		CXO:	Chief Experience Officer ou tous les C suite
		CYOD:	Choose Your Own Device (cf. BYOD)

D

D2C:	Direct to Customer (DTC DNVB)	DNVB:	Digital Native Vertical Brand
DAM:	Digital Asset Management	DOOH:	Digital Out Of Home (Digital Signage)
DDDM:	Data-driven decision management	DPO:	Data Protection Officer
DDS:	Data-driven strategy	DR:	Direct response
DEM:	Digital experience management	DS:	Digital Signage (DOOH & CAD)
DL:	Digital Learning	DSP:	Demand Side platform (cf. SSP)
DM:	Direct mail or Direct message	DTC:	Direct to Customer D2C (cf. DNVB or indie brands)
DMP:	Data management platform	DX:	Digital eXperience (digital transformation by IDC)
DNS:	Domain name system (cf. ICANN & registrar)		

E

ECM:	Enterprise Content Management	ESG:	Environmental, Social, Corporate Governance (CSR RSE ESG scores & rating)
ECR:	Efficient Consumer Response	ESS:	Economie sociale et solidaire
EdTech:	Education Technology	ET:	Exit traffic
EPC:	Earnings per click	ETL:	Extract Transform Load (or with -ing or ELT) for datas
EPM:	Entreprise Performance Management	EVP:	Employee Value Proposition / Executive Vice President
ERP:	Enterprise Resource Planning (PGI)		

F

FBX:	FaceBook Ad Exchange	FOMO:	Fear Of Missing Out
FOBO:	Fear Of Best Option	FPD:	First Party Data (cf. SPD et TPD)

G

GA:	Google Analytics	GH:	Growth Hacking
GAFAMS:	Google Amazon Facebook Apple Microsoft Salesforce (Alphabet)	GRP:	Gross Rating Points (TRP)
GEM:	Grenoble Ecole de Management	GDPR:	General data protection regulation cf. RGPD

H

HIPO:	High Potential (Employee)	HTML:	Hyper Text Markup Language
HIPPO:	Highest Paid Person's Opinion	HTTPS:	Hypertext Transfer Protocol Secure
HNWI:	High Net Worth Individuals		

I

IA:	Intelligence Artificielle (AI)	InApp:	Display or purchase* into a mobile APP
IAB:	Interactive Advertising Bureau	InStream:	Ad into a video
IHM:	Interactions Homme-machines	IOT:	Internet of things
IHOT:	Industrial IOT	IPTV:	Internet television (cf. OTT)
IFTTT:	IF THIS THEN THAT	IRL:	In Real Life
IM:	Instant Messaging		

J/K/L

JOMO:	Joy Of Missing Out (+ FOMO)	LMS:	Learning Management System (Moodle)
KOL:	Key Opinion Leader	LTV:	Lifetime Value
KPI:	Key Performance Indicator		
LAB126:	Lab Amazon (A = 1 ; Z = 26) Kindle, Dash, Echo, SnowBall...		

M

MarCom:	Marketing and communication	MOFU:	Middle Of the Funnel cf. TOFU
MarTech:	Marketing Technology	MOOC:	Massive Open Online Course (COOC Corporate et SPOC Small Private)
MAU:	Monthly active users	MRM:	Marketing Resource Management
MCA:	Market contact audit	MRR:	Monthly recurring revenue
MCN:	Multi channel network (YouTube)	MtoM:	Machine To Machine
MQL:	Marketing Qualified Leads (cf. SQL)	MVNO:	Mobile Virtual Network Operator
ML:	Machine Learning	MVP:	Minimum Viable Product
MLM:	Multi Level marketing		
MNO:	Mobile network operator		

N

NATU:	Netflix Airbnb Tesla Uber (Booking, TripAdvisor, BlaBlaCar, Spotify...)	NFC:	Near field communication
NBIC:	Nanotechnologie Biotechnologie Informatique (IOT & sciences de l'information) & sciences Cognitives (IA)	NFT:	Non-Fongible Token
Neet:	Not in education employment training	NPS:	Net Promoter Score [(9+10)-(6..0)]
		NRF:	National Retail Federation: biggest retail show

O

OZO:	Online To Offline (et le contraire)	OOO:	Out of office message
OKR:	Objectives and Key Results	OTT:	Over The Top Television (cf. IPTV)

P

PLA:	Product Listing Ads (Google Adwords)	PPC:	Pay per click
PM:	Private message	PPL:	Pay per lead
PMF:	Product Market Fit	PPV:	Pay per view
POC:	Proof Of Concept	PR:	PageRank (Public Relation)
POESM:	Paid Owned Earned Media (Shared)	PWA:	Progressive Web Apps from Google adopté par iOS 13

QR Code:	Quick response code	QS:	Quality score
-----------------	---------------------	------------	---------------

Q

R

R:	R-project.org: programming language for statistics	ROPO:	Research Online Purchase Offline
RA:	Réalité Augmentée cf. Réalité Mixte (AR)	ROS:	Run of site (ads can be placed on any area of a website)
RCU:	Référentiel client unique (base du CRM ou de la CDP et du omnicanal) cf. SCV, DMP	RPA:	Robotic Process Automation (+ API)
RFID:	Radio Frequency Identification	RSE:	Réseau Social d'Entreprise ou Responsabilité Sociétale des Entreprises (CSR)
RFM:	Récence Fréquence Montant	RSS:	Really Simple Syndication
RFM:	Recency frequency monetary	RSSI:	Responsable sécurité systèmes d'information
RGPD:	Règlement Général de Protection des Données	RT:	Retweet
RLSA:	Remarketing lists for search ads (Google)	RTB:	Real time bidding
ROAS:	Return on Ad Spend	RTD:	Real time data
ROBO:	Research Online Buy Offline	RTF:	Recommend to a friend
ROE:	Return on Expectation	RV:	Réalité Virtuelle (VR)
ROI:	Return on investment	RWD:	Responsive Web Design
ROMI:	Return on marcom investment		

S

SaaS:	Software as a Service cf. PaaS, IaaS, DaaS Data, XaaS	SMACS:	Social Mobile Analytic Cloud Security
SCV:	Single customer view cf. RCU, DMP	SMM:	Social media marketing / management
SE Traffic:	Search Engine Traffic	SMMS:	Social media management software (hootsuite, sprinklr, buffer)
SEA:	Search Engine Advertising	SMO:	Social media optimization
SEM:	Search engine marketing	SoLoMo:	Social Local Mobile
SEO:	Search engine optimization	SPD:	Second Party Data cf. FPD
SERP:	Search engine results page: a list of result appearing in response to a user search query	SSP:	Supply Side platform
SM:	Social media	SXO:	Search Experience Optimization (new SEO)

T

TCD:	Tableau Croisée Dynamique (Pivot Table)		spreading)
TCO:	Total Cost of Ownership	TEDx:	Idem TED mais indépendant
TED:	Technology entertainment design (ideas worth	TLD:	Top level domain (.com / .fr / .net)



TOFU:	Top of Funnel	TRP:	Target Rating Point (GRP)
TPD:	Third-Party Data cf. FPD	TT:	Trending Topics (Twitter)
TRM:	Total relationship management	TTM:	time to market

U

UGC:	User Generated Content	UV:	Unique visitor
UI:	User interface	UX:	User experience (cf. CX)

V

VC:	Venture Capital / capitalist	VR:	Virtual Reality
VM:	Viral marketing	VRM:	Vendor Relationship Management
VOC:	Voice of the customer	VU:	Visiteur Unique
VOD:	Video on demand	VUCA:	Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity
VP:	value proposition		

W

WAF:	Weekly active users	WTS:	Web To Store (O2O)
WOM:	Word of Mouth	WYSIWYG:	What you see is what you get
WOW:	Effet Wahou		
WTF:	Welcome to Facebook (or What The F***)		

X/Z

XR:	Extended reality / Cross Reality cf. VR AR	ZMOT:	Zero Moment of Truth
------------	--	--------------	----------------------

Marketing Metrics (Analytics & KPI)

De la satisfaction client...

Tout dépend de la satisfaction client et elle est si dure à mesurer. Quelques indicateurs sont mondialement utilisés comme le baromètre de la satisfaction :

NPS (Net promoter score):

La question n'est pas posée directement (que pensez-vous de... ?) mais indirectement (conseillerez-vous notre produit à... ?) avec une échelle de 0 à 10. Ensuite la méthode de calcul consiste à retrancher le pourcentage de réponses 0 à 6, des réponses 9-10. Cette méthode est redoutée car beaucoup plus pénalisante qu'une moyenne.

CSAT (Customer Satisfaction Score):

Ratio classique et basique de satisfaction

Par exemple: Un client peut être très satisfait d'un achat (CSAT) mais trouver que la procédure est fastidieuse (CES) et ne recommandera pas notre société (NPS).

client sous forme d'une moyenne

des notes obtenues sur 5 ou 10 (généralement avec des étoiles ou des smiley). Indicateur à suivre au long du cycle de vie du client et au gré des transformations de l'entreprise.

CES (Customer Effort Score):

Score d'effort obtenu après l'action d'un utilisateur, il s'agit de mesurer la difficulté d'obtenir un service ou un renseignement de la part du client.

Taux de conversion selon les modèles Attribution / Contribution

CTR (clic through rate):

Nombre de simple clic sur un lien (simple bouton, lien, display) sur le nombre d'exposition (visualisation ou impression). Taux moyen: 10%.

CTA (Call to Action):

Bouton sur lequel il faut cliquer pour réaliser la conversion.

Conversion:

Action (achat, enregistrement, prise de RDV, réponse, lire, écouter, visionner, passer à l'étape suivante...) que l'on souhaite faire réaliser par ses visiteurs.

La conversion est plus complète et complexe qu'un simple clic.

CR (conversion rate ou taux de conversion):

Nombre de visiteurs qui effectuent l'action voulue sur le nombre de VU (visiteurs uniques). Taux moyen: 2,5%.

CRO (conversion rate optimization):

Amélioration du CR par des techniques d'AB testing, de changement de prix, de modèle d'affaires.

BR (Bounce Rate): littéralement taux de rebond, exprime le nombre d'email non délivré ou le nombre de visiteur qui

restent sur une seule page sans autre action ou clic. Taux moyen: 7,5%.

Par exemple: en changeant les taille-position-couleur du bouton « acheter » (CTA) nous sommes passés de 50 à 60 clics par jour sur 1550 visiteurs uniques (VU). Le CRO est réussi avec +20% de CR à 3,87% (1550/60)

Attribution:

Mesure du taux de conversion sur le « last clic » qui mène à l'objectif. Le taux de conversion (CR) est attribué à ce seul dernier clic (parfois le premier). Le modèle d'attribution du taux de conversion au last clic est de plus en plus controversé.

Contribution:

Mesure de chaque point de contact qui mène à l'objectif. Le taux de conversion (CR) est calculé par une contribution de chaque point de contact ou de chaque canal. La contribution peut être linéaire chaque point de contact a la même valeur ou pondéré (chaque point de contact a une valeur différente).

Communication digitale et média

Impression:

Nombre d'affichage d'un lien publicitaire (lien texte, bouton ou image display).

Clic:

Nombre de clic sur un lien ou une image publicitaire.

CPC (Coût par clic):

Montant requis pour obtenir un clic sur un lien publicitaire (lien, bouton, display) quelque soit le nombre d'impression. Montant moyen 0,50€/clic.

CPM (coût par mille):

Mesure standard et modèle de tarification de la publicité digitale pour 1000 impressions. Montant moyen 3€/1000 impressions.

Par exemple: pour un lancement de produit, il vaut mieux acheter des liens aux CPC qui rapportent vite des visiteurs sans risque, alors que pour une marque établie l'achat de 1000 impressions en CPM contribue à l'image globale

CPA (Coût par action ou acquisition ou achat):

Modèle de tarification de la publicité digitale pour 1000 actions ou conversion (achat, enregistrement...). Montant moyen 10€ par action.

ROAS (Return on Ad Spend):

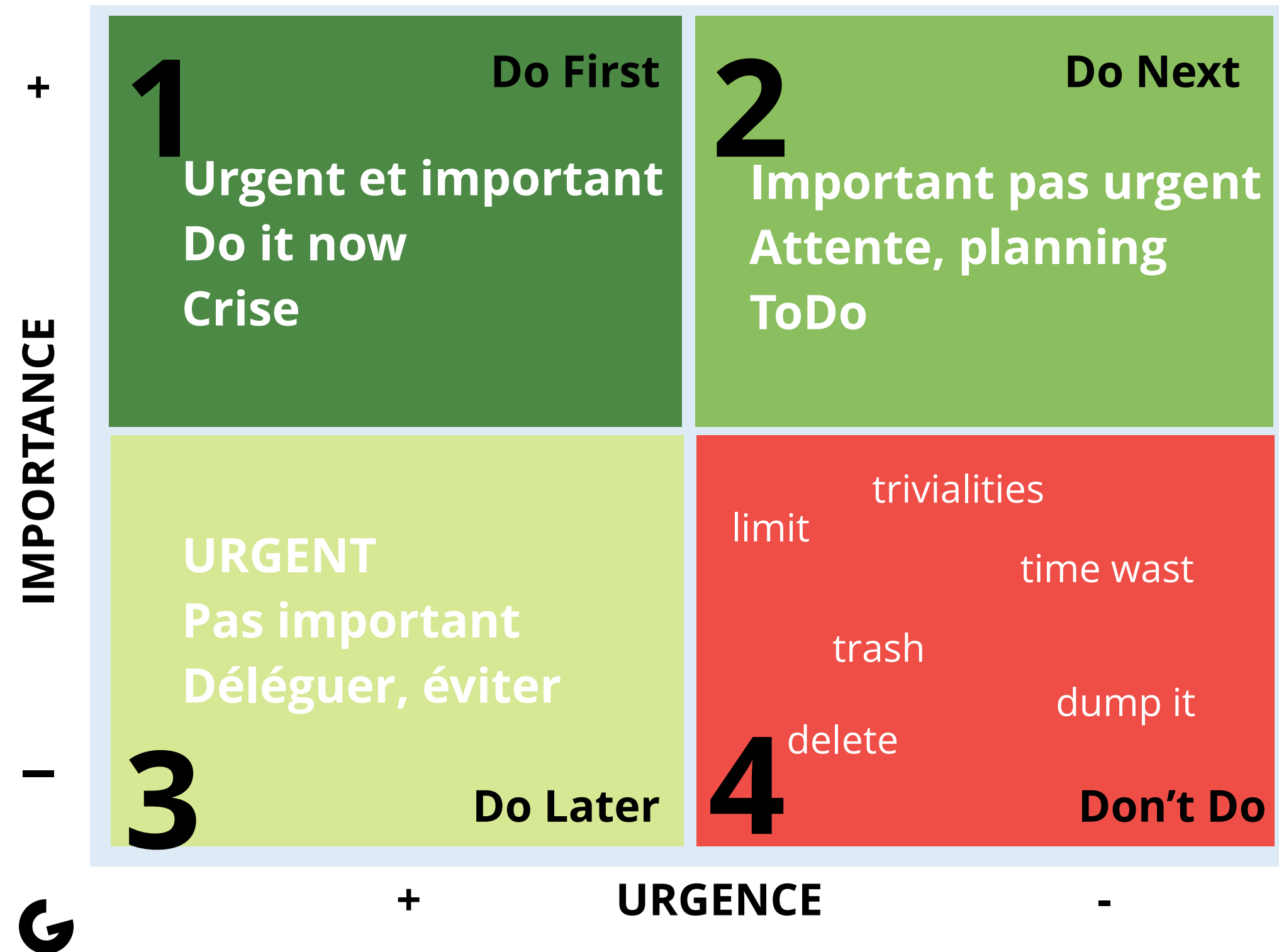
Retour sur l'investissement publicitaire cf. ROMI.

CAC (Customer Acquisition Cost):

Prix d'acquisition d'un nouveau client. Division du budget marcom par le nombre de nouveaux clients. Montant moyen: 10€.



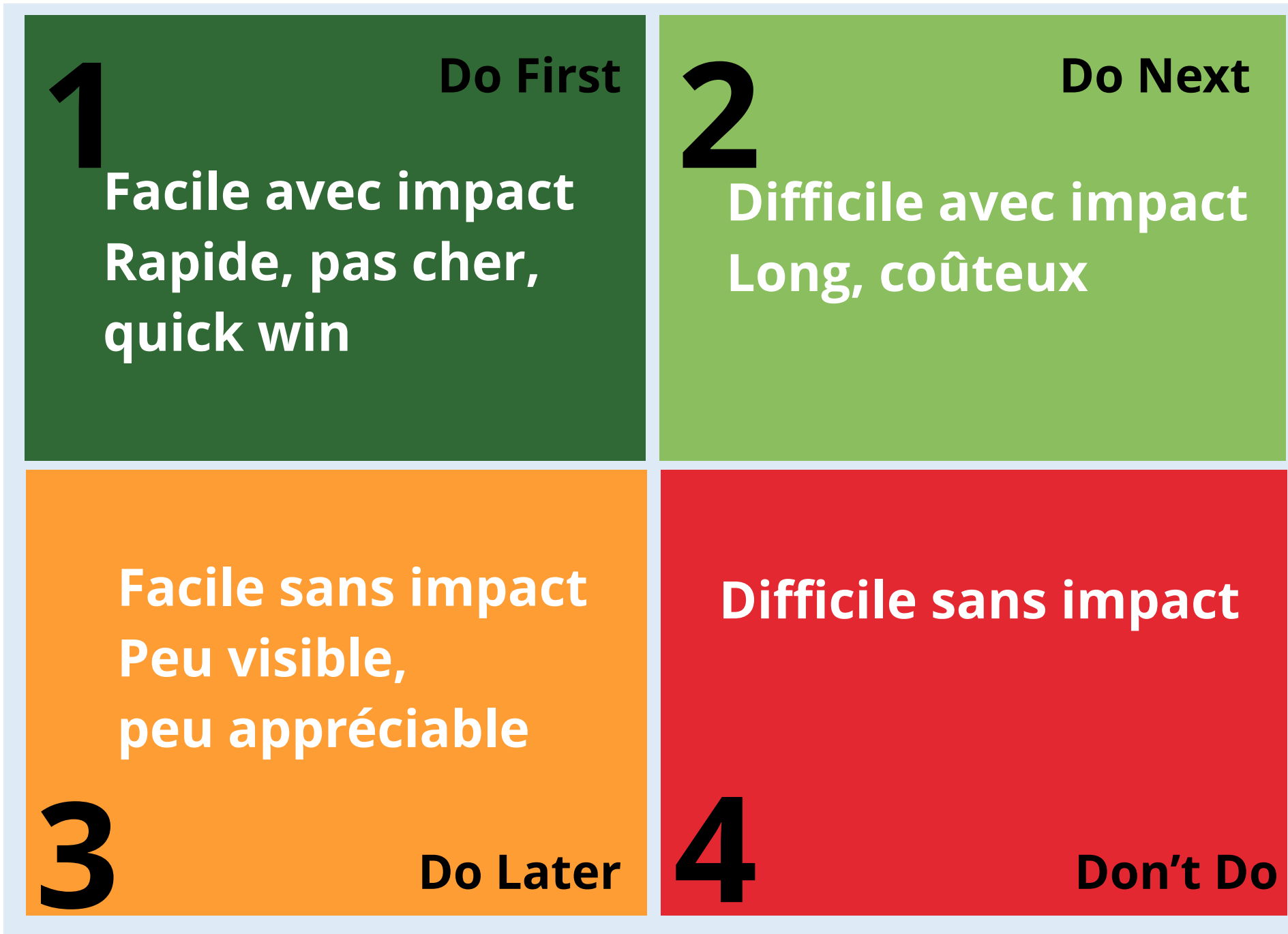




Matrice de
Dwight
Eisenhower
(34th)

do
delay/defer
delegate
delete

Matrice de FOPH







technology evangelist
hubert@kratiroff.com







La définition du mot "Crise" en chinois

Crise

危机

DANGER

OPPORTUNITÉ

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 會.

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

#neWWorld



NO LIMIT
NBIC
VUCA



CULTURE
AGILITÉ
SCRUM



STRATÉGIE
CONTENUS
INBOUND



UX
PARCOURS
CLIENT



StoryTelling

NoStory : NoBusiness





Description de l'évolution de l'écosystème, des technologies : ce nouveau monde, sans limite, va vite, s'infiltrer partout et dans tous les aspects de la vie. De nouveaux outils d'analyse s'imposent avec ...

.../...



... l'agilité pour l'adaptation interne à cette nouvelle économie. Ce changement de culture est primordial pour rester compétitif et intégrer de nouveaux salariés qui cherchent de nouvelles valeurs dans ...

.../...



... le contenu éditorial fabriqué par les nouvelles organisations. C'est un des moyens pour résister à la montée des plateformes mondiales. Peu de moyens produisent des miracles et ...

.../...



... l'objectif global est la satisfaction des nouveaux utilisateurs en leur offrant une expérience parfaite, fluide, agréable et sans irritant. L'expérience utilisateur est centrale.

UX => CE *

* user experience
customer engagement

1

Description de l'évolution de l'écosystème, des technologies : ce nouveau monde, sans limite, va vite, s'infiltrer partout et dans tous les aspects de la vie. De nouveaux outils d'analyse s'imposent avec ...

.../...

2

... l'agilité pour l'adaptation interne à cette nouvelle économie. Ce changement de culture est primordial pour rester compétitif et intégrer de nouveaux salariés qui cherchent de nouvelles valeurs dans ...

.../...

3

... le contenu éditorial fabriqué par les nouvelles organisations. C'est un des moyens pour résister à la montée des plateformes mondiales. Peu de moyens produisent des miracles et ...

.../...

4

... l'objectif global est la satisfaction des nouveaux utilisateurs en leur offrant une expérience parfaite, fluide, agréable et sans irritant. L'expérience utilisateur est centrale.

UX => CE *

* user experience
customer engagement

1

Description de l'évolution de l'écosystème, des technologies : ce nouveau monde, sans limite, va vite, s'infiltrer partout et dans tous les aspects de la vie. De nouveaux outils d'analyse s'imposent avec ...

.../...

2

... l'agilité pour l'adaptation interne à cette nouvelle économie. Ce changement de culture est primordial pour rester compétitif et intégrer de nouveaux salariés qui cherchent de nouvelles valeurs dans ...

.../...

3

... le contenu éditorial fabriqué par les nouvelles organisations. C'est un des moyens pour résister à la montée des plateformes mondiales. Peu de moyens produisent des miracles et ...

.../...

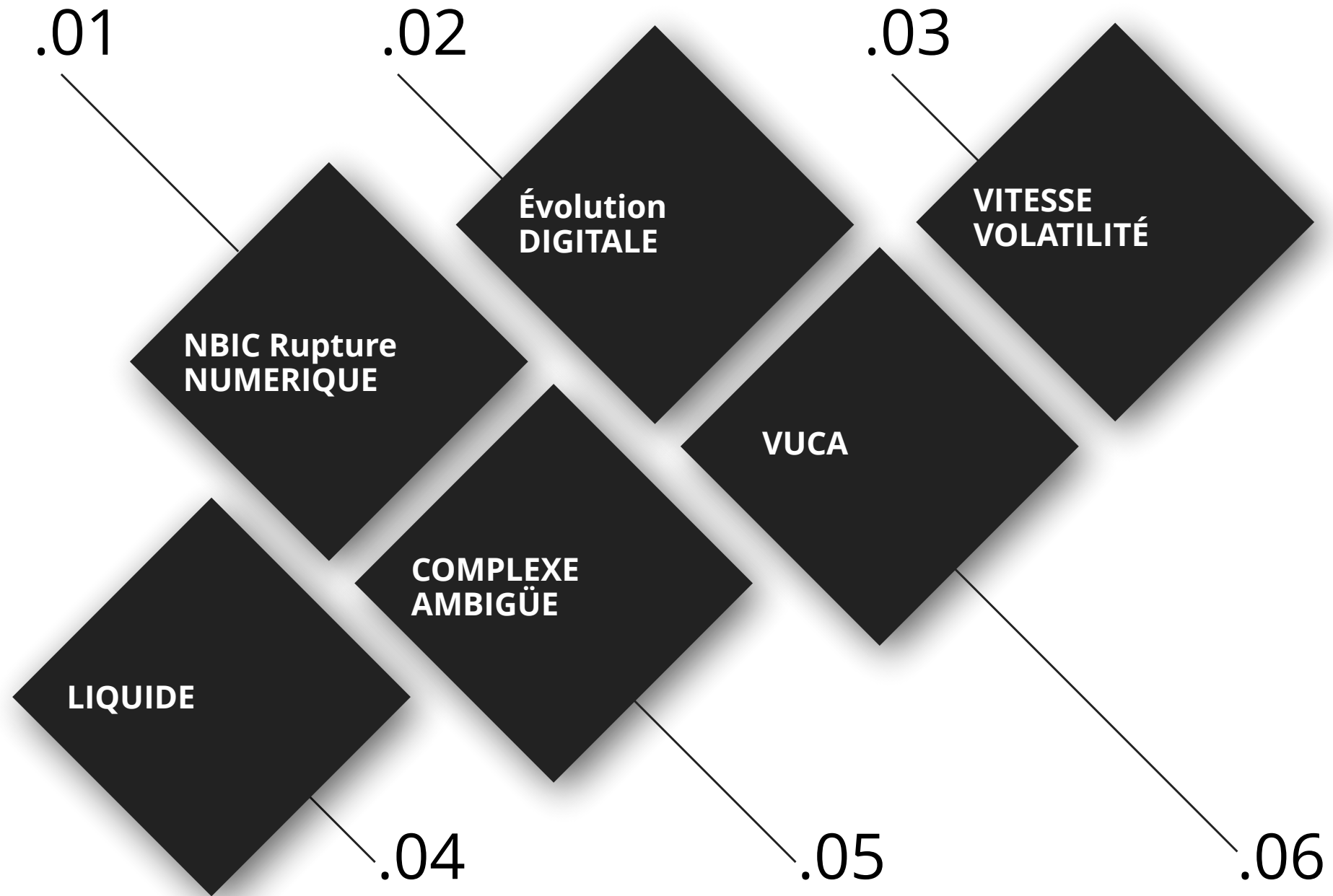
4

... l'objectif global est la satisfaction des nouveaux utilisateurs en leur offrant une expérience parfaite, fluide, agréable et sans irritant. L'expérience utilisateur est centrale.

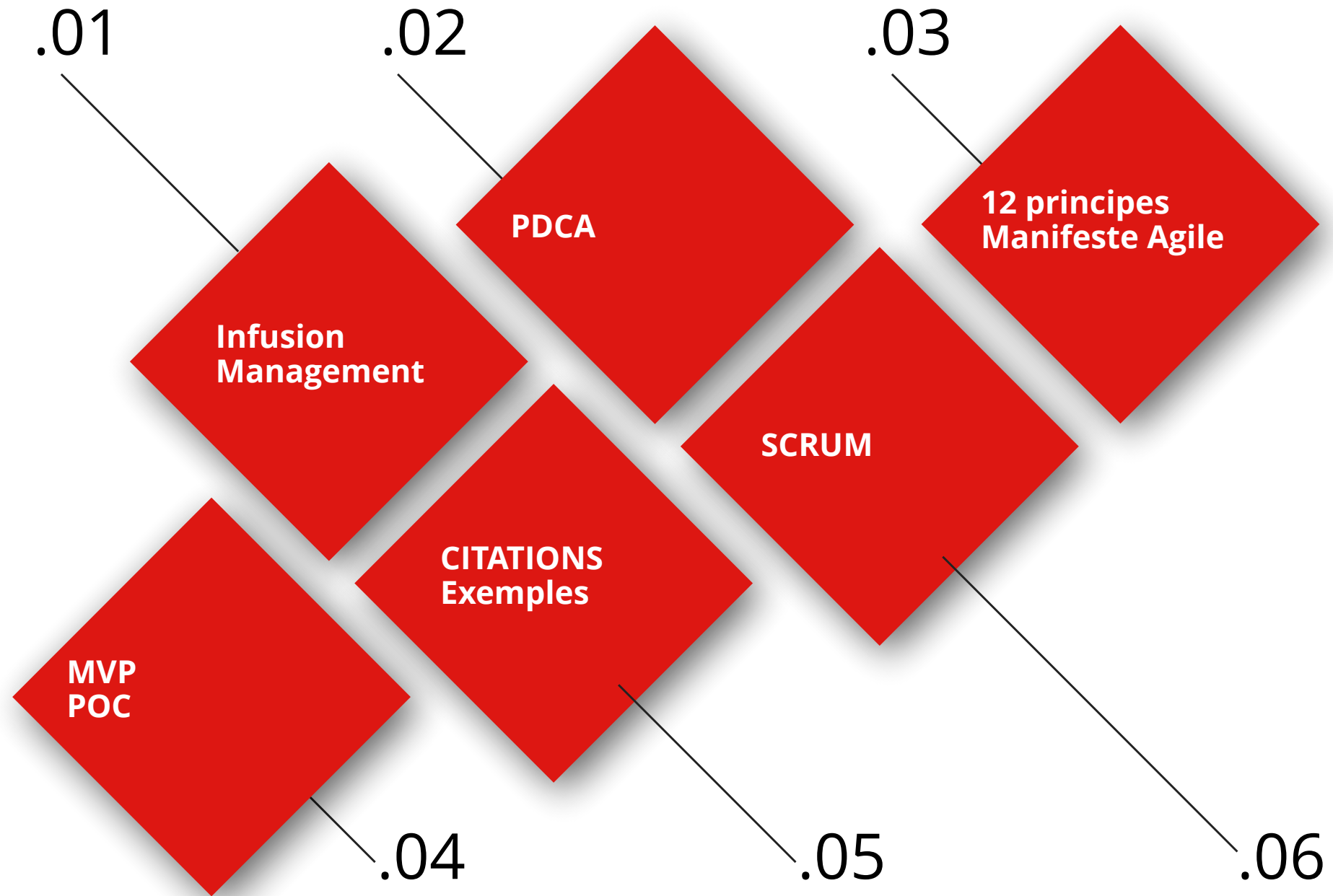
UX => CE *

* user experience
customer engagement

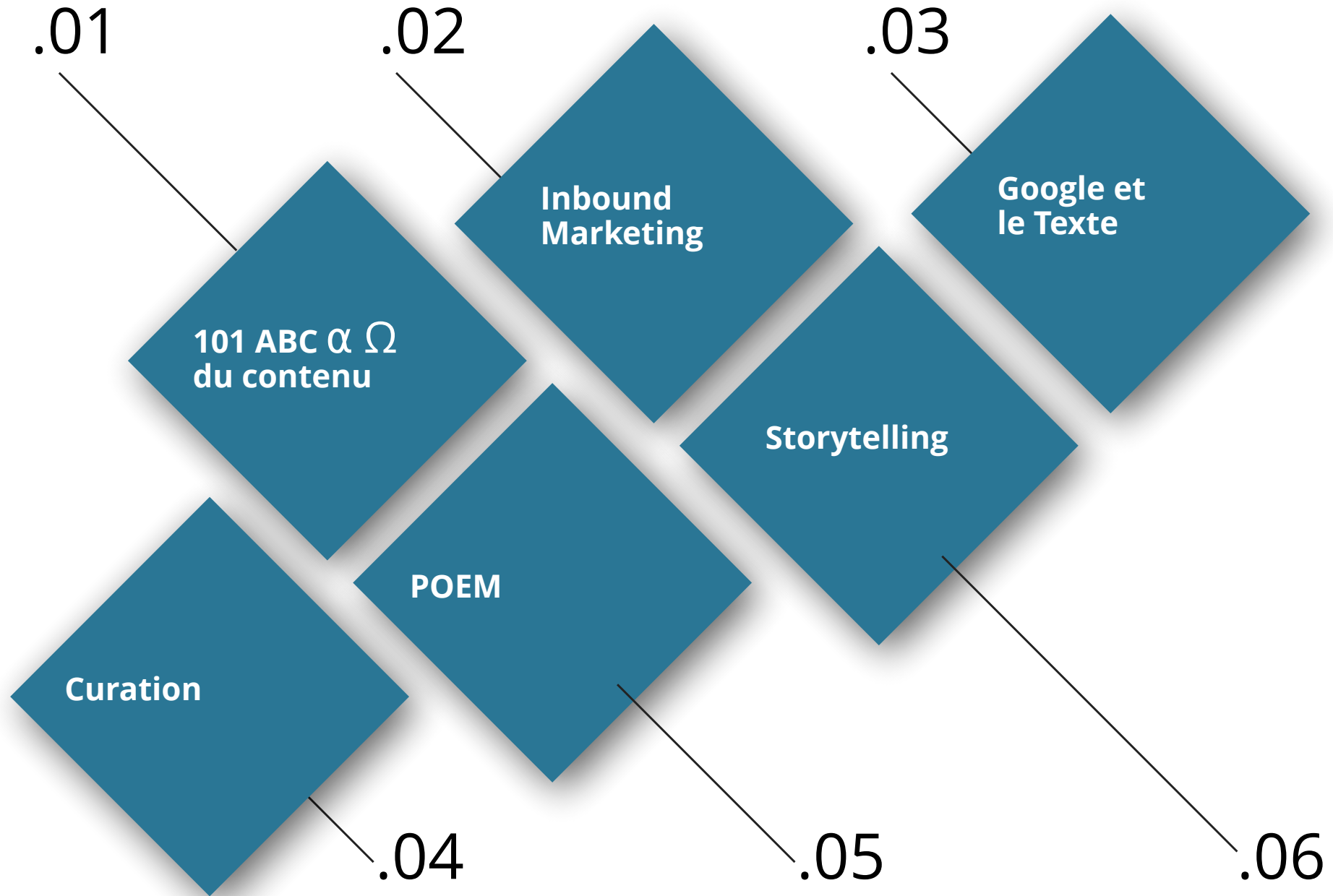
1-NoLimit



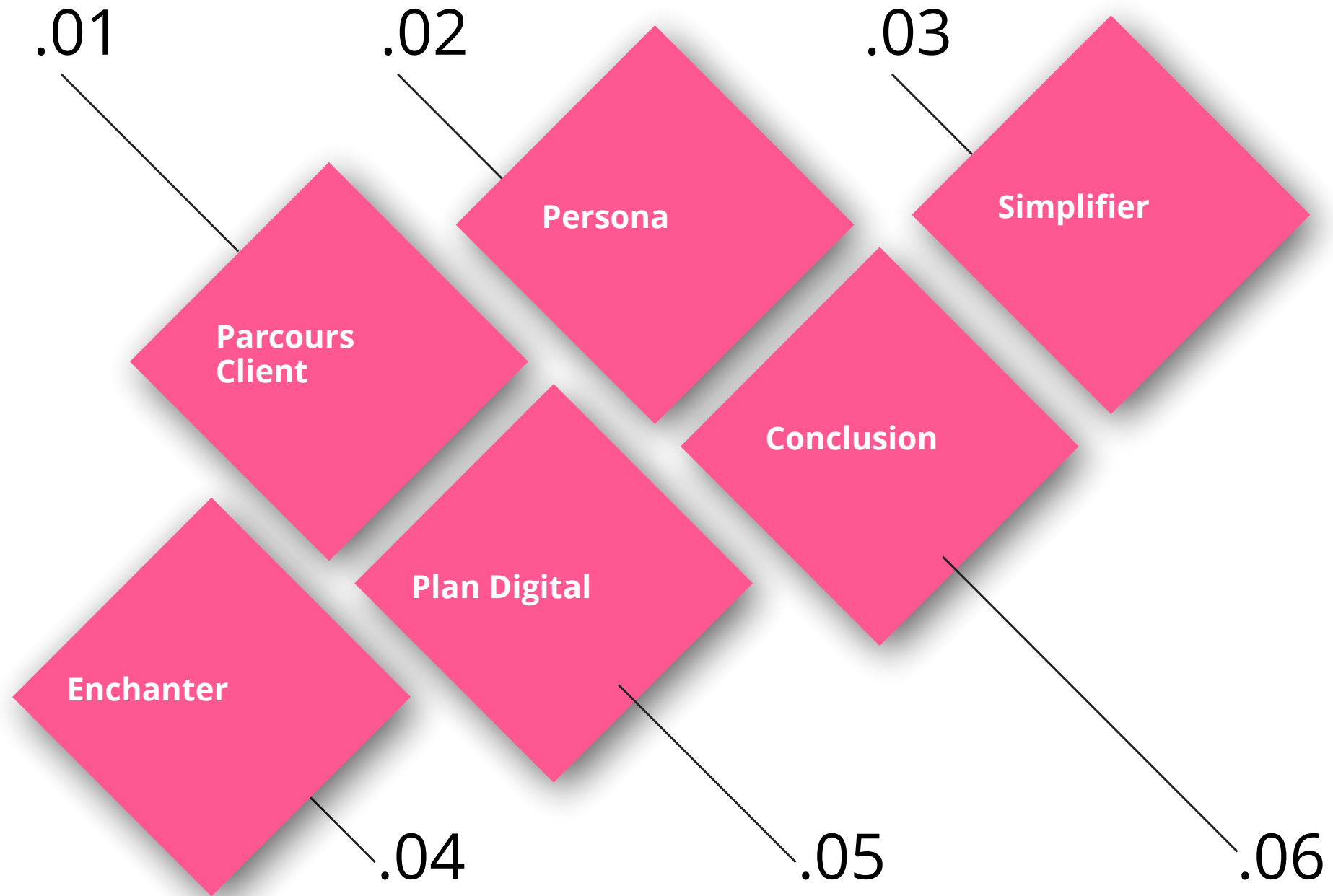
2-Culture



3-Contenu



4-UX



EX

DISRUPTION
MARKETING
VUCA

INBOUND MARKETING
PERVASION

UX

BLOCKCHAIN
NBIC

Voyage dans le DEEP WEB avec
hubert kratiroff

en 5 questions et 5 parties.
Un nouveau digital mindset
pour aborder ce #new-world.

C'est le FOE (future of
economics), mais aussi le FOW
(future of work) grâce au FOT
(future of technology).

Celui qui change tout c'est le
client : place au FOM (future of
marketing) ... quelle
expérience !!!
Quelle expérience ?

PERSONA

HYBRID

ENGAGEMENT

CX

PLATFORM

LIQUID
EXPECTATION

VOC

GAMIFICATION

SBTI

FOM

FOW

CONTENT STRATEGY

CRYPTOCURRENCY

DNVB

L'environnement et
la concurrence

Le futur du travail : hybride

L'utilisation éclairée des
technologies

Les attentes utilisateurs

Enjeu de l'UX
(expérience utilisateur)

GAFAMS

FOX

METAVERS

One more thing...



slido

Joining
a m

#GEM

Join



sli.do

ou

slido.com

#gem

- ▶ [SLI.do](#)
- ▶ [www.beekast.com](#)
- ▶ [Klaxoon](#)
- ▶ [Kahoot](#)
- ▶ [WooClap.com](#)
- ▶ [www.mentimeter.com/inspiration](#)



● transformation digitale

Terme de recherche

● digitalisation

Terme de recherche

+ Ajouter une comparaison

France ▾

De 2004 à ce jour ▾

Toutes catégories ▾

Recherche sur le Web ▾

Évolution de l'intérêt pour cette recherche ⓘ



● oph

Terme de recherche

● inolya

Terme de recherche

● Offvitis - Office Pu...

Office public du logem...

● Bourg Habitat - Ag...

Sujet

+

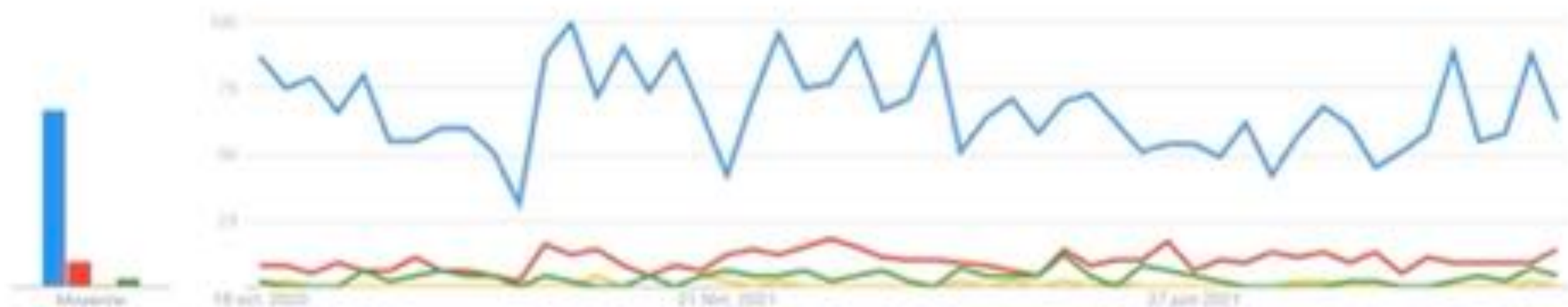
France ▾

12 derniers mois ▾

Toutes catégories ▾

Recherche sur le Web ▾

 Remarque : Cette comparaison contient à la fois des termes de recherche et des sujets, qui sont calculés différemment.

[EN SAVOIR PLUS](#)Évolution de l'intérêt pour cette recherche   





NoLIMIT
NBIC
VUCA



CULTURE
AGILITÉ
SCRUM



STRATÉGIE
CONTENUS
INBOUND



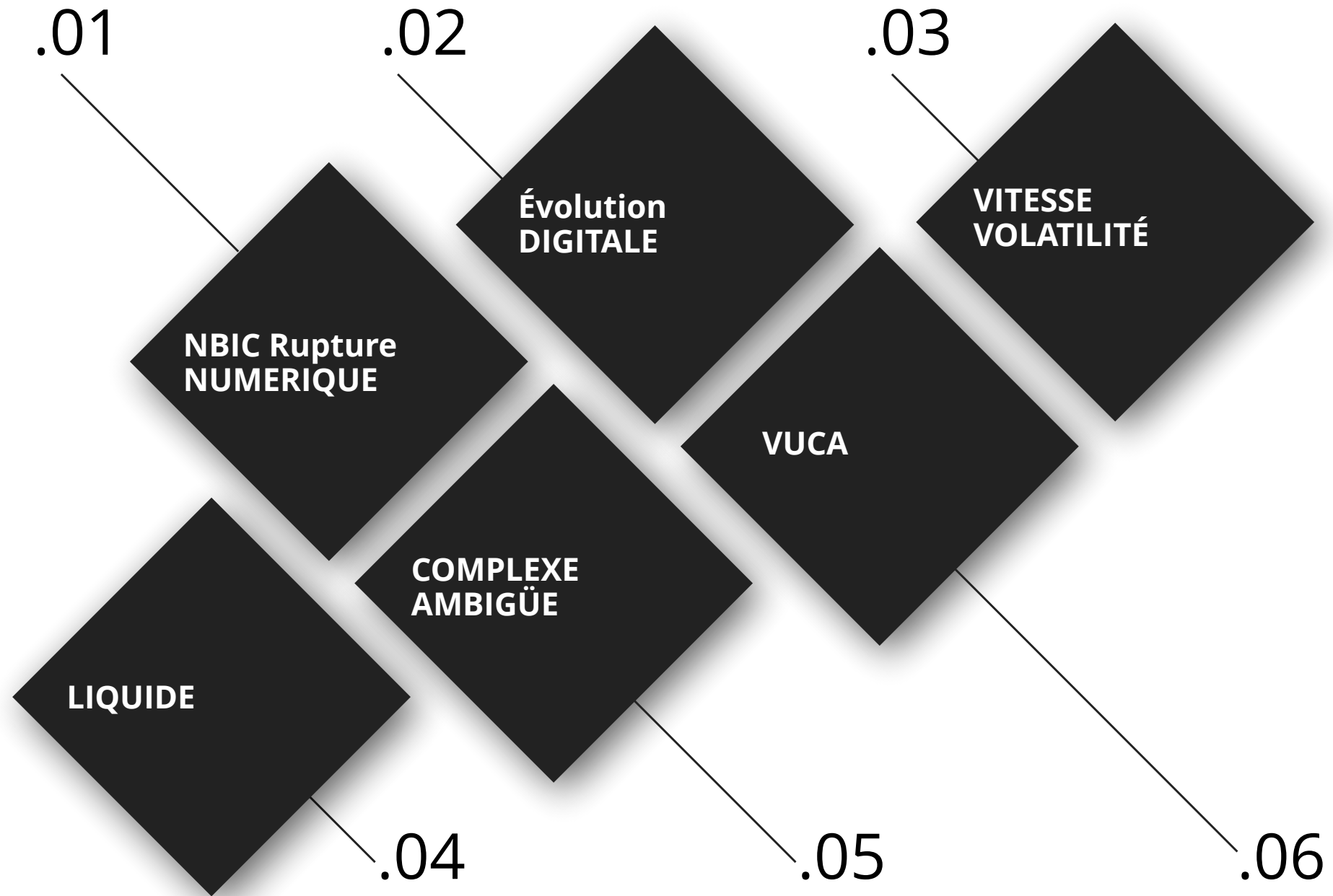
UX
PARCOURS
CLIENT



NOLIMIT



1-NoLimit



“THE FUTURE IS ALREADY
HERE — IT'S JUST NOT
EVENLY DISTRIBUTED”



William Ford Gibson (1948-)
cyberspace noir prophet



4ème révolution industrielle

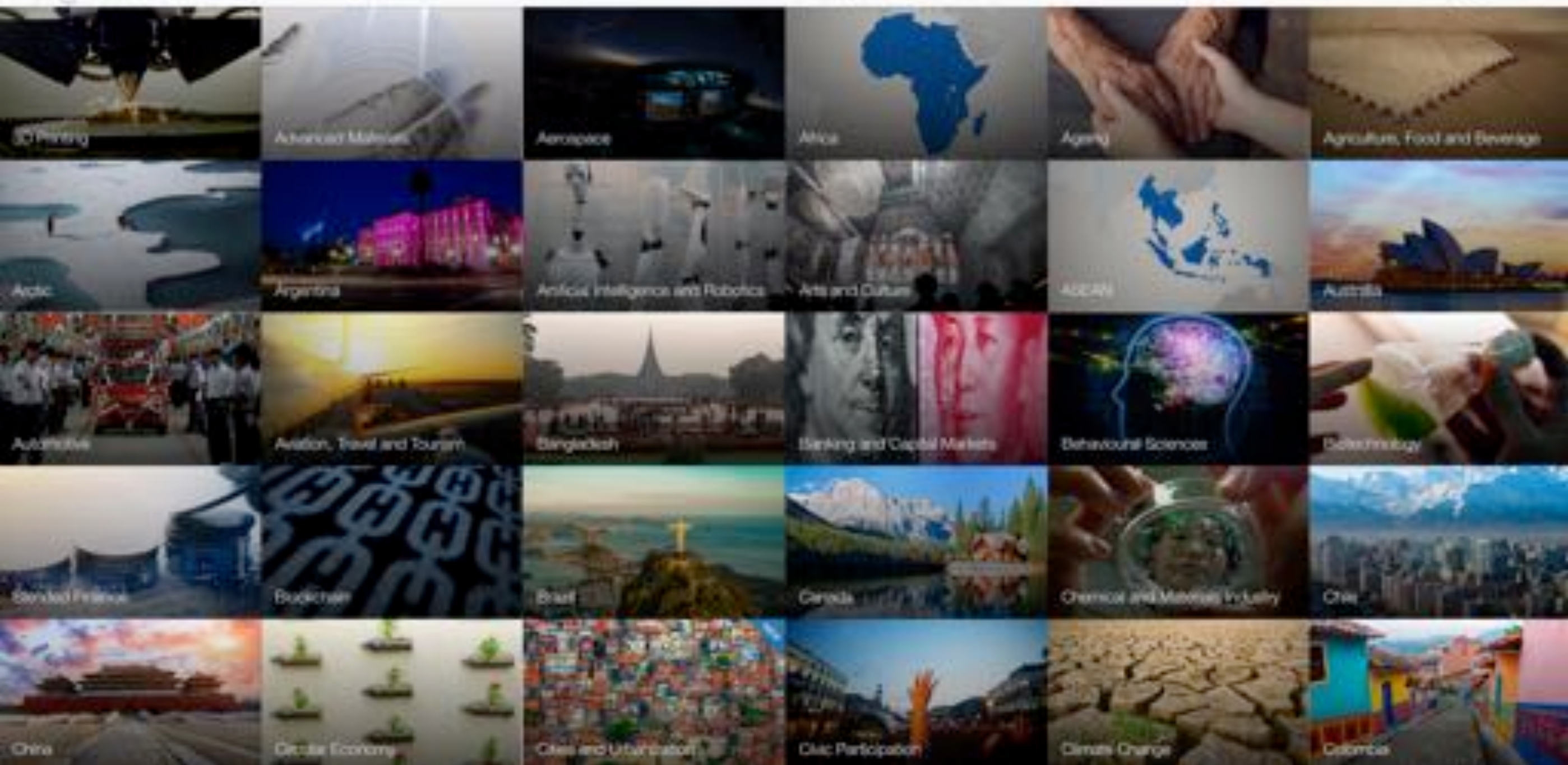
Vapeur + moteur

Électricité

Informatique

IA







3^{ème} révolution industrielle

Vapeur + moteur

Électricité

NBIC (NTIC)

THE
THIRD
INDUSTRIAL
REVOLUTION

HOW LATERAL POWER
IS TRANSFORMING ENERGY,
THE ECONOMY, AND THE WORLD



JEREMY RIFKIN

NBIC



NBIC

Nano (techno, matériaux, graphène, H)

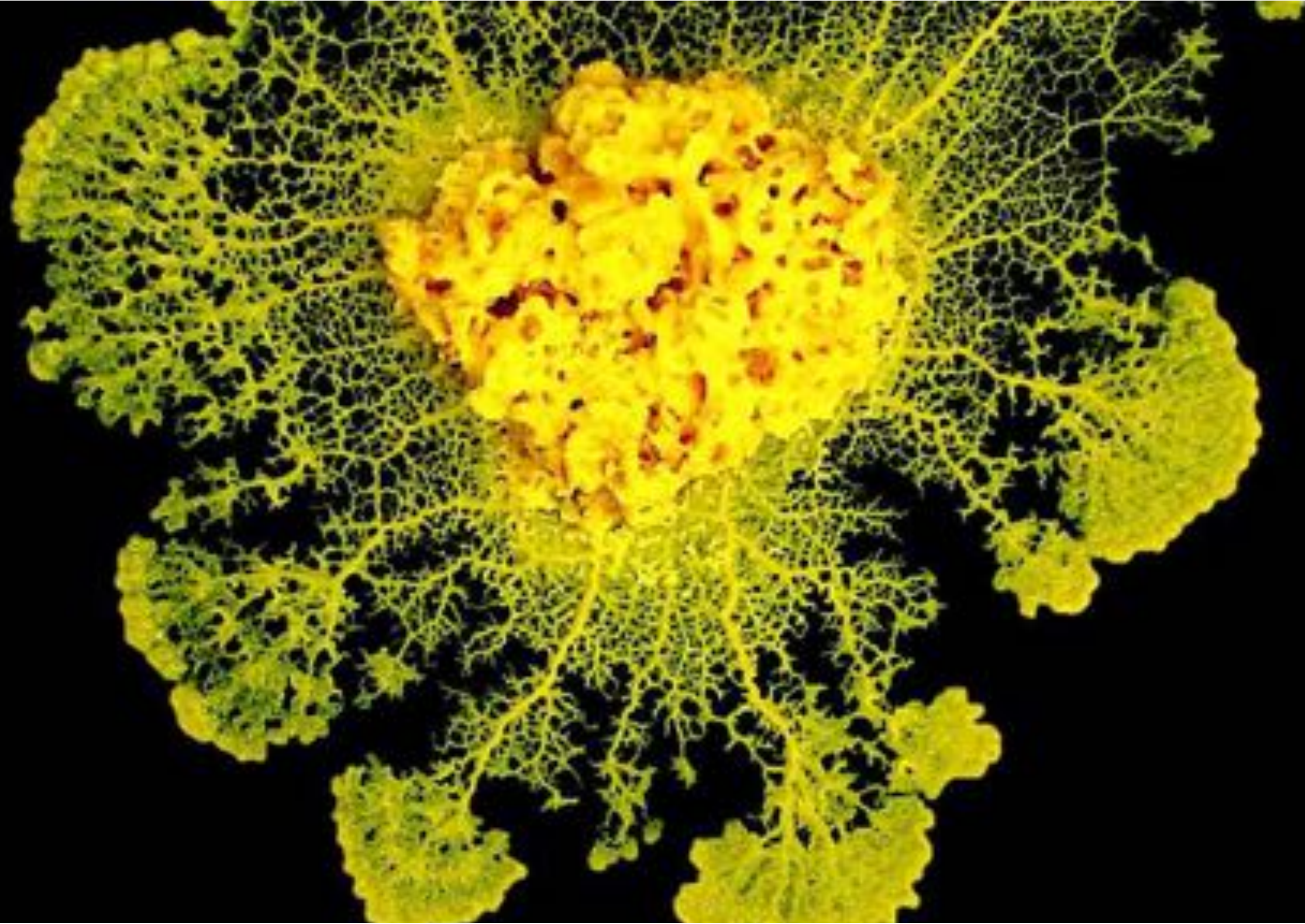
Bio (techno, mimétisme, blob, axolotl)

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

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



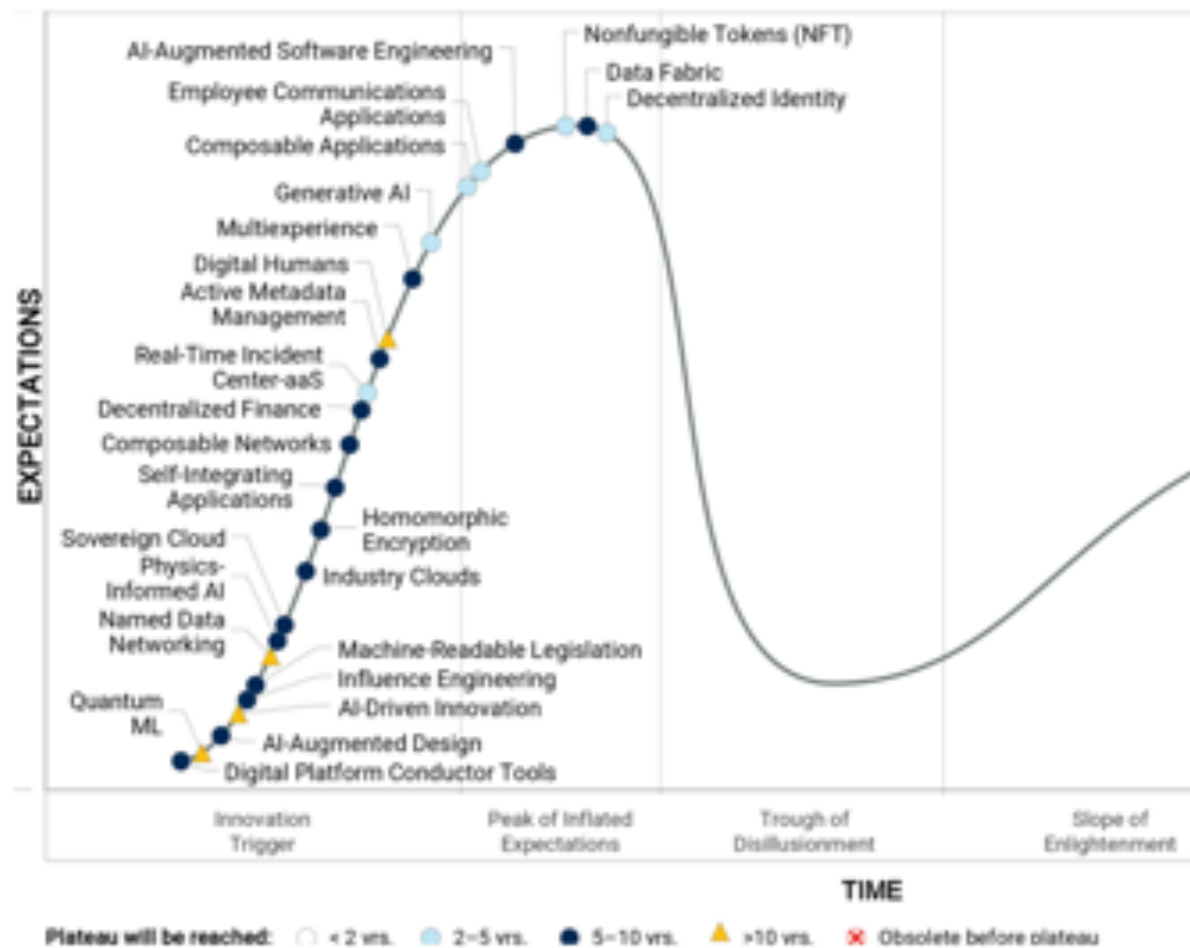
IKB79





Gartner Hype Cycle

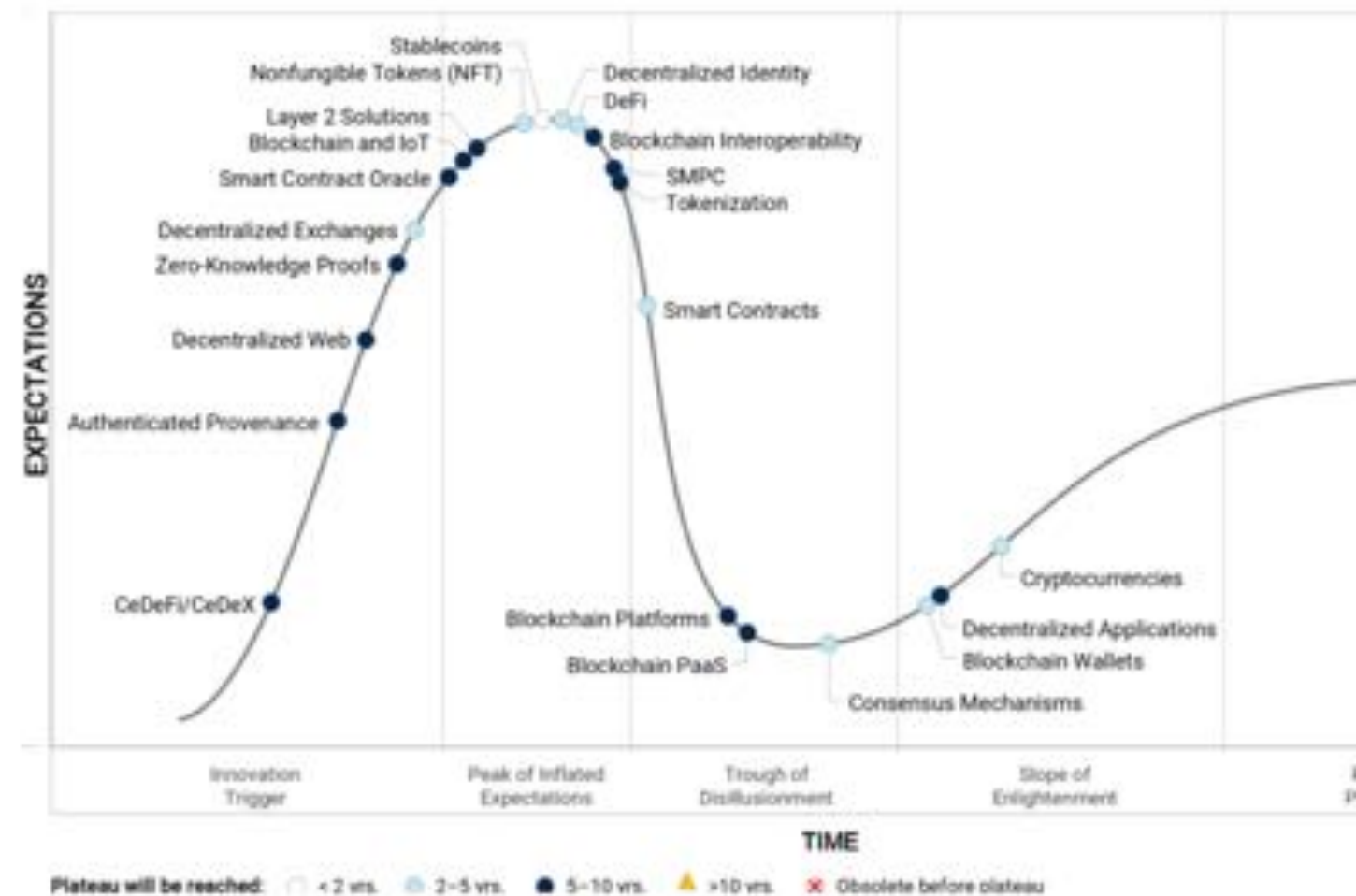
Hype Cycle for Emerging Technologies, 2021



Source: Gartner (August 2021)

747576

Hype Cycle for Blockchain, 2021



Source: Gartner (July 2021)

747513

Les 9 tendances technologiques Gartner®

- 1/ L'internet des comportements «Internet of Behaviors » qui découle de l' « Internet of Things »
- 2/ L'expérience totale : multiexperience (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



WorkShop

Les 9 tendances technologiques



Top Strategic Technology Trends for 2021

 People Centricity	 Location Independence	 Resilient Delivery
• Internet of Behaviors • Total Experience • Privacy-Enhancing Computation	• Distributed Cloud • Anywhere Operations • Cybersecurity Mesh	• Intelligent Composable Business • AI Engineering • Hyperautomation

Combinatorial Innovation

Source: Gartner

735310_C

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 multiexperience (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.,

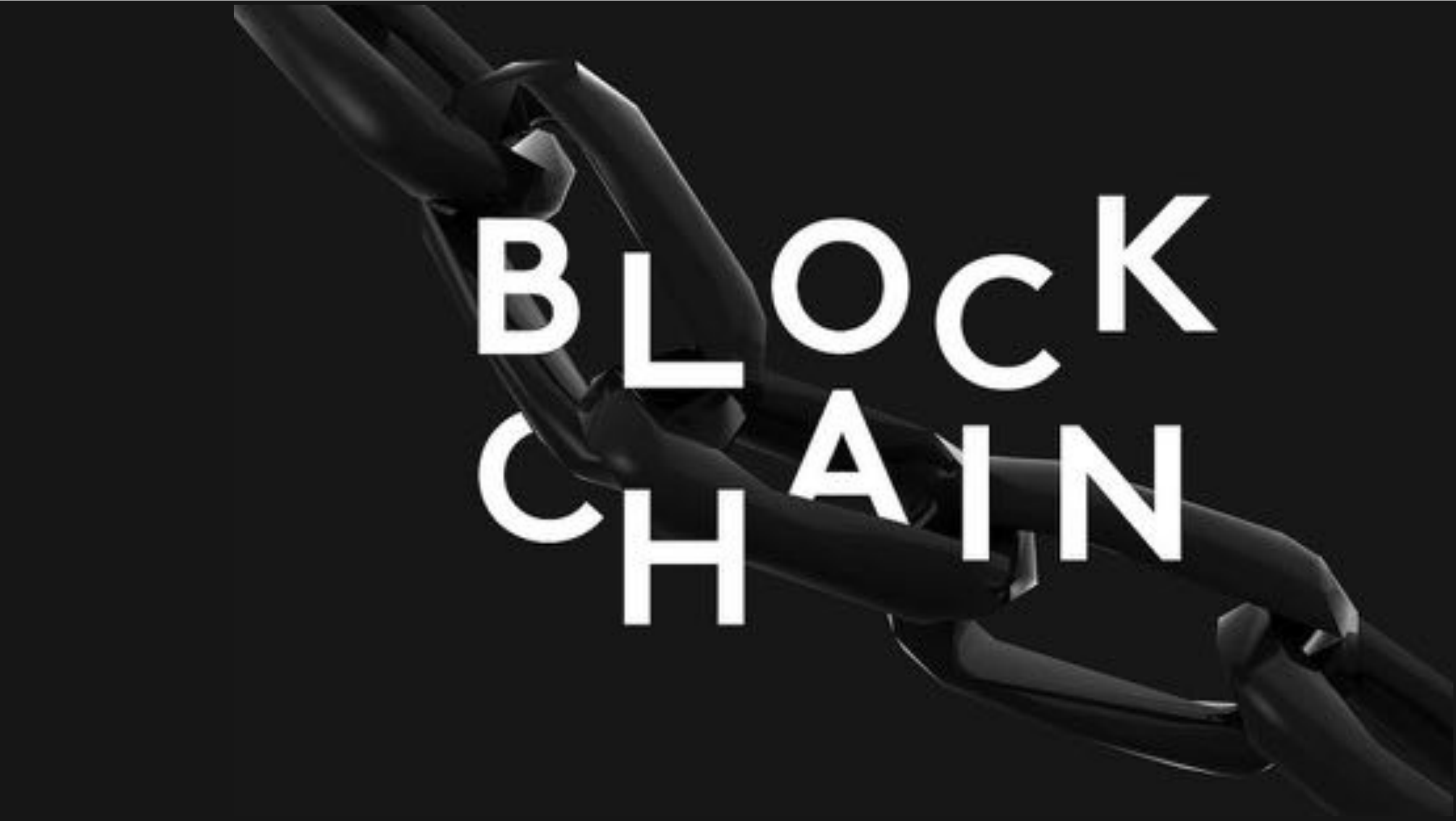


facebook horizon metaverse



≈ diem





BLOCK CHAIN

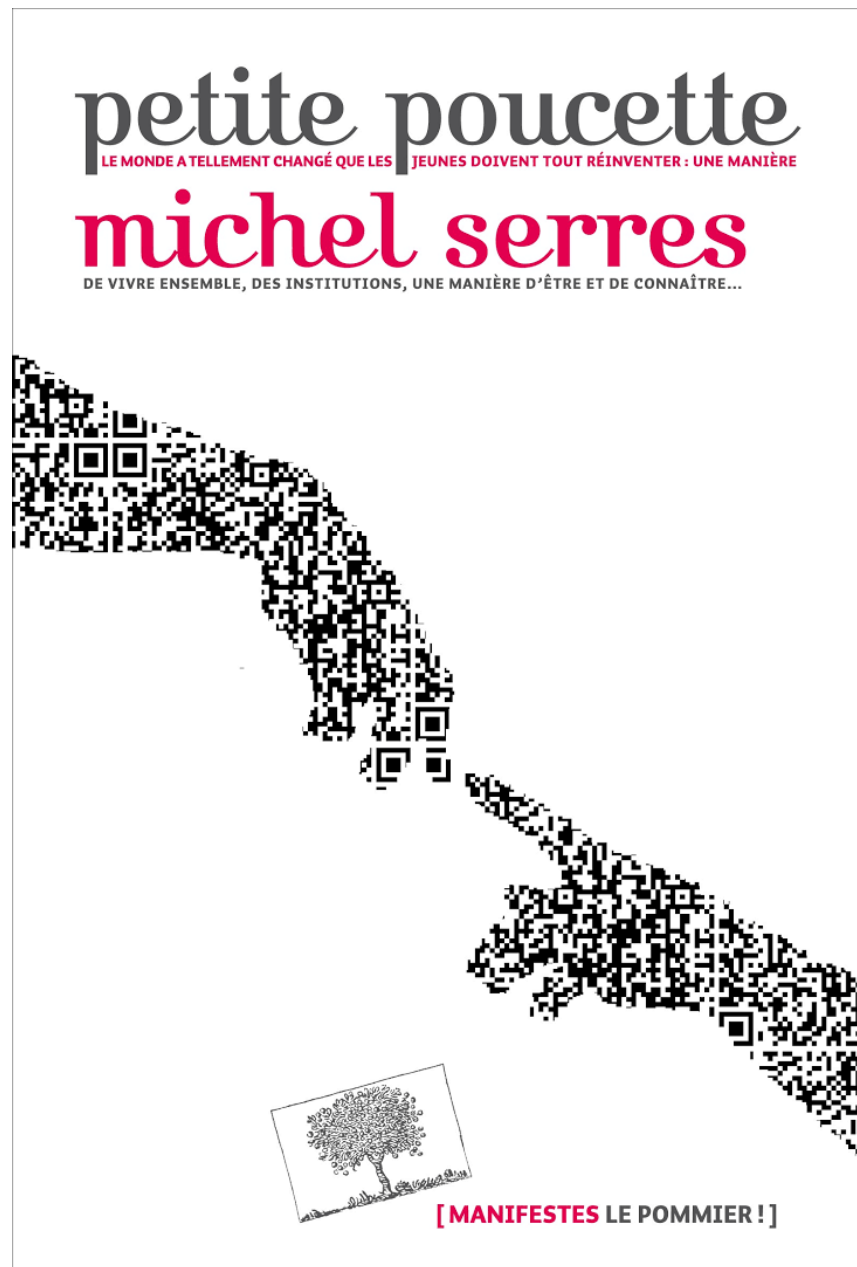
Understand the Future, Now

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



Michel SERRES

-3000 écriture
1450 imprimerie/chiffre
2000 NBIC



Luc FERRY

1800 Vapeur
1900 Électricité
2000 NBIC



Gutenberg



Zuckerberg Sandberg







/the social dilemma

VINCENT COQUAZ
ISMAËL HALISSAT

LA NOUVELLE GUERRE DES ÉTOILES



**ENQUÊTE :
NOUS SOMMES
TOUS NOTÉS**

KERO

**si vous ne payez rien,
c'est que**

VOUS êtes le produit



JEAN-LOUIS
MISSIKA
PIERRE
MUSSEAU

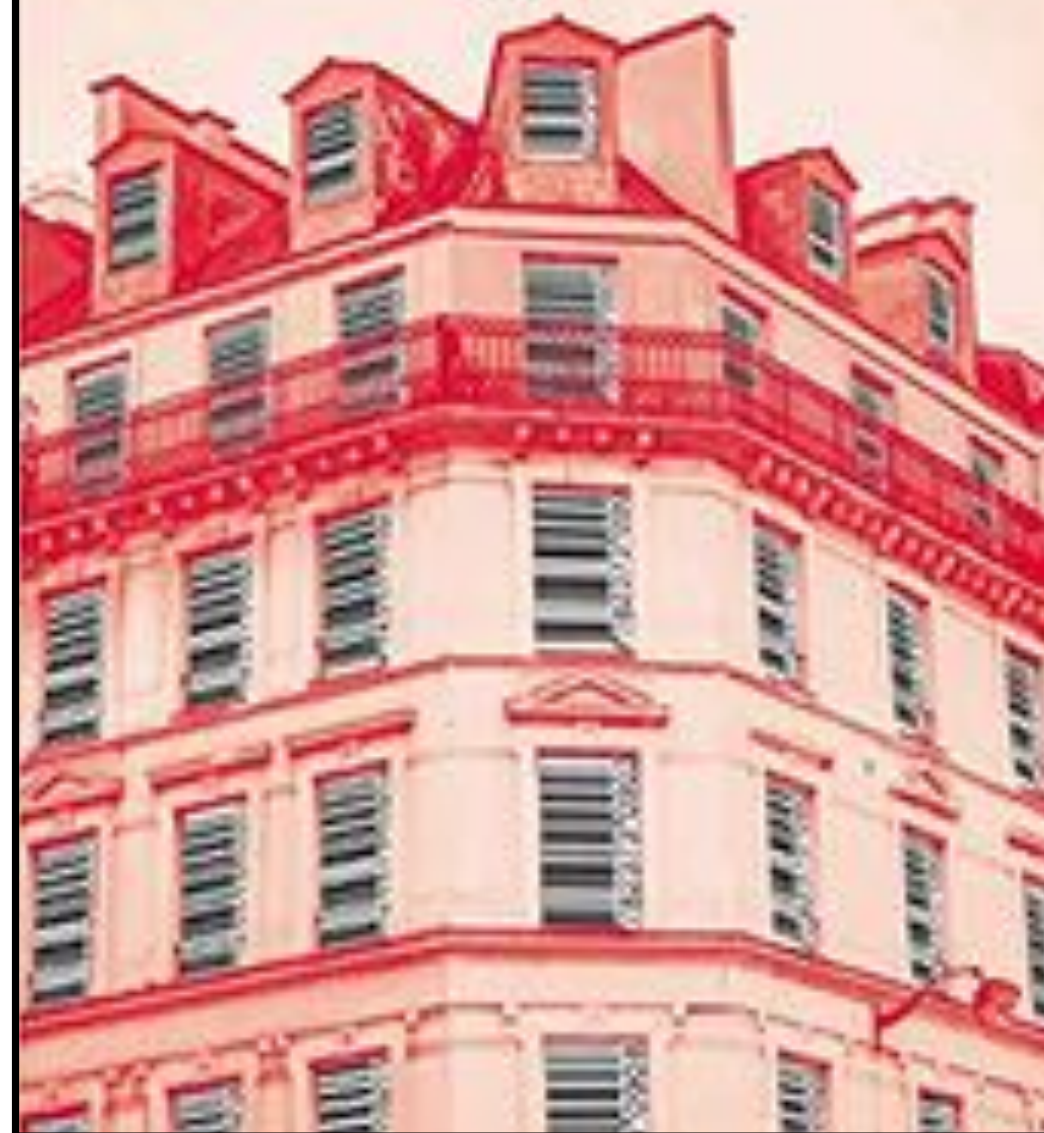
Des robots dans la ville

Tallandier
ÉDITIONS

COMMENT
LES VOITURES AUTONOMES
VONT CHANGER
NOS VIES

airbnb
la ville ubérisée
ian brossat

MAH



Vos plats préférés, livrés avec Uber

 Saisissez l'adresse de livraison.

Voir les restaurants

Paris - Livraison de repas





NO LIMIT

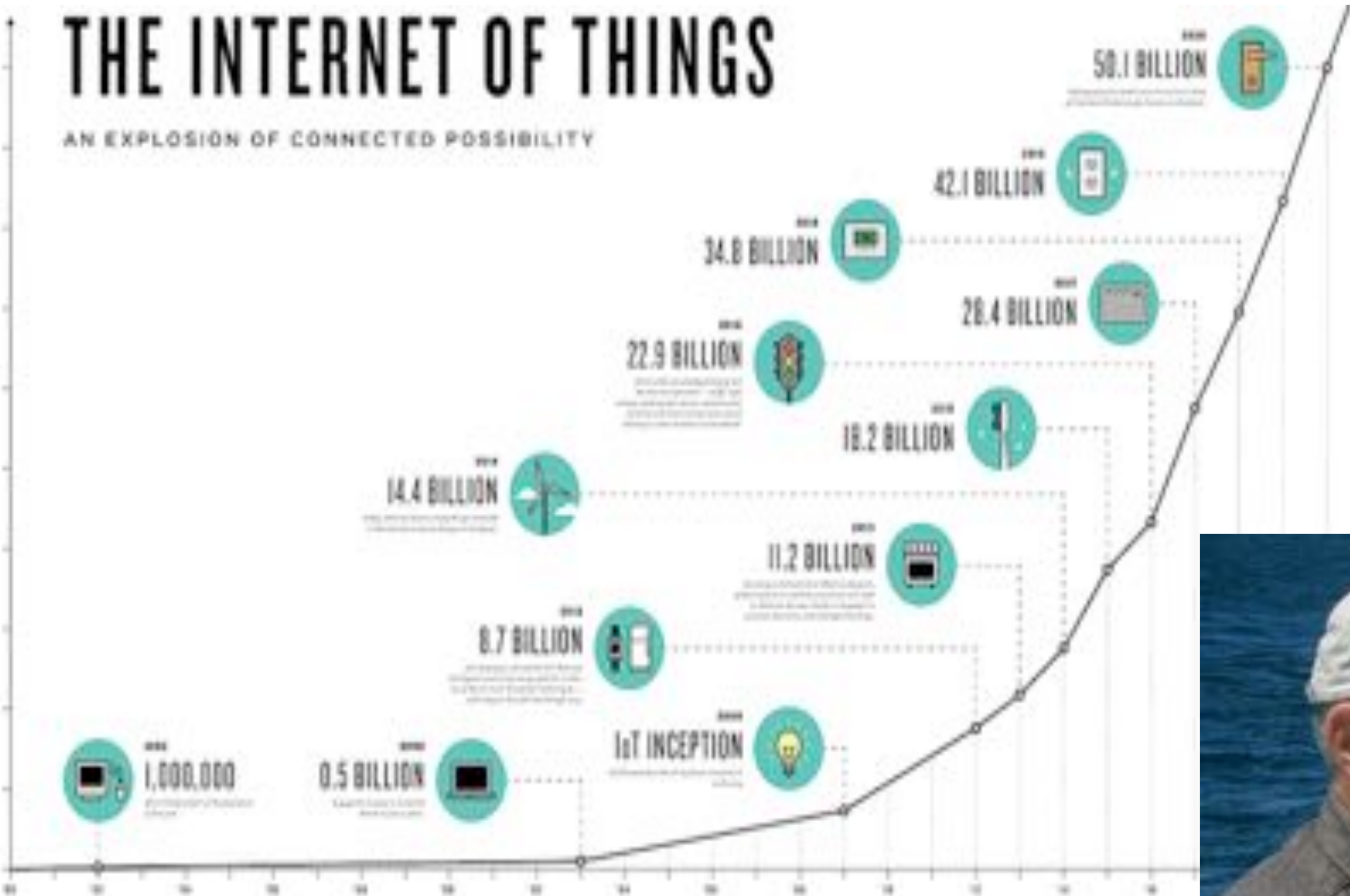
Moore

Gordon



THE INTERNET OF THINGS

AN EXPLOSION OF CONNECTED POSSIBILITY



METCALFE'S LAW

value
increases
with n^2



Internet Of Things *Internet Of Behavior*



Wisdom



Knowlege



Information

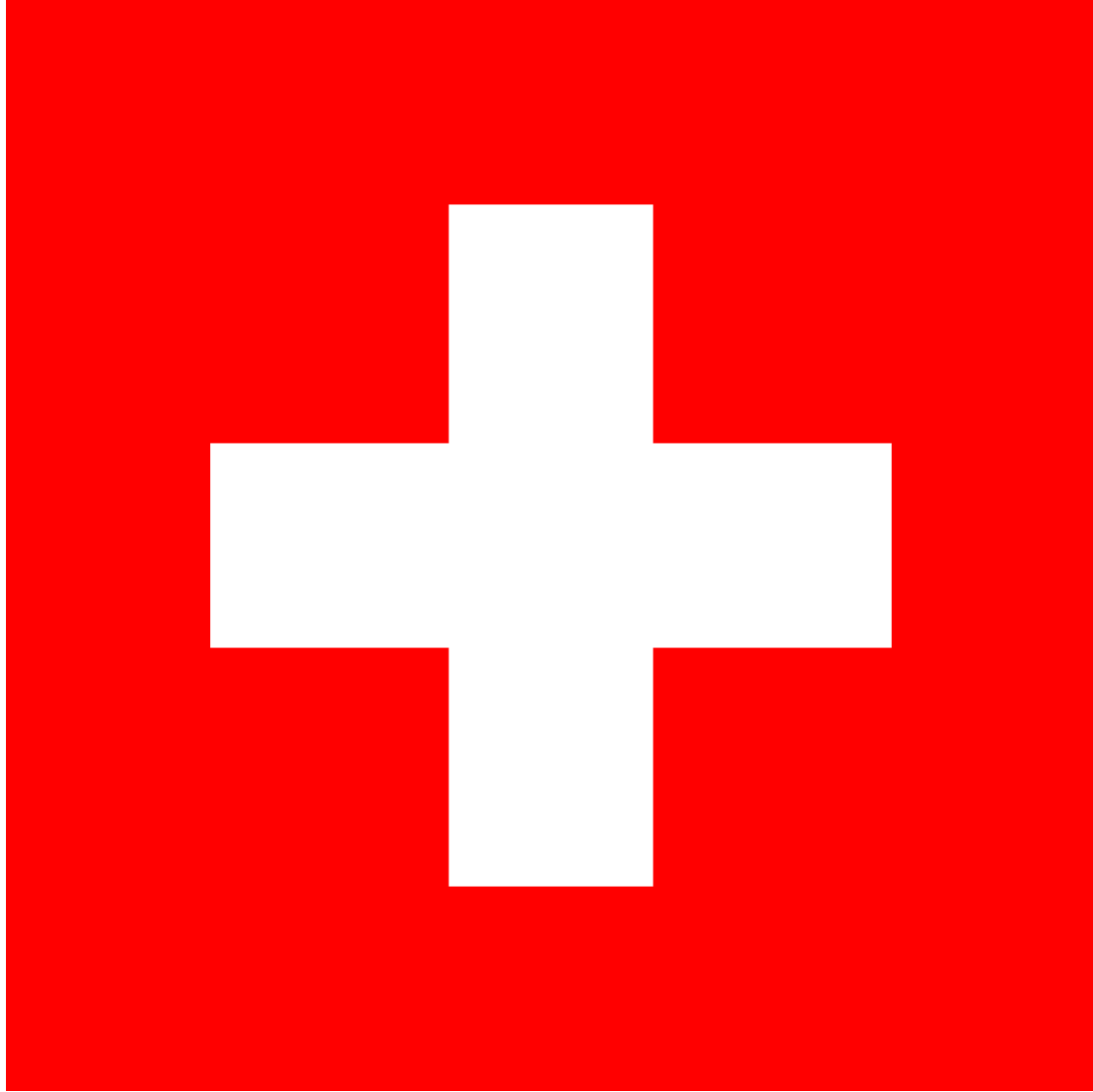


Data



ROLEX





NETFLIX

way

©2006 All Rights Reserved

NETFLIX



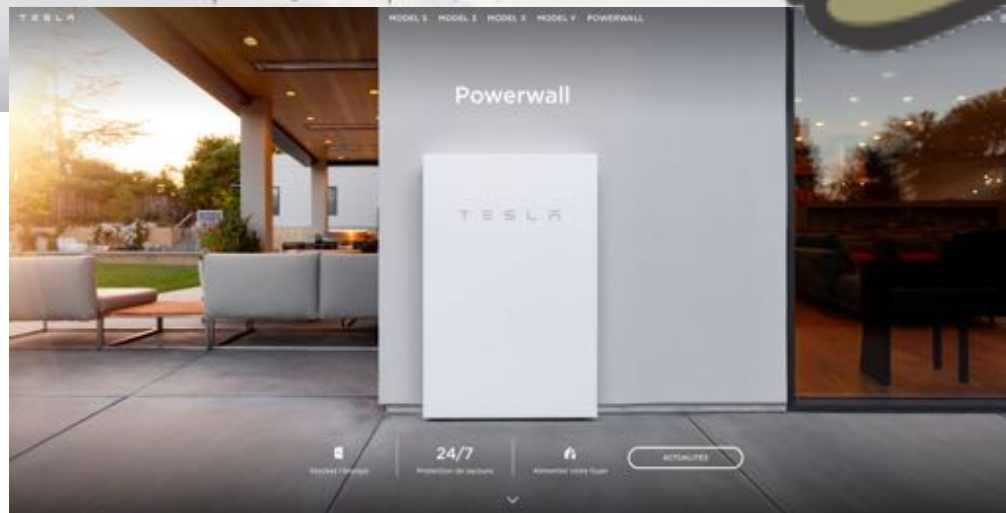
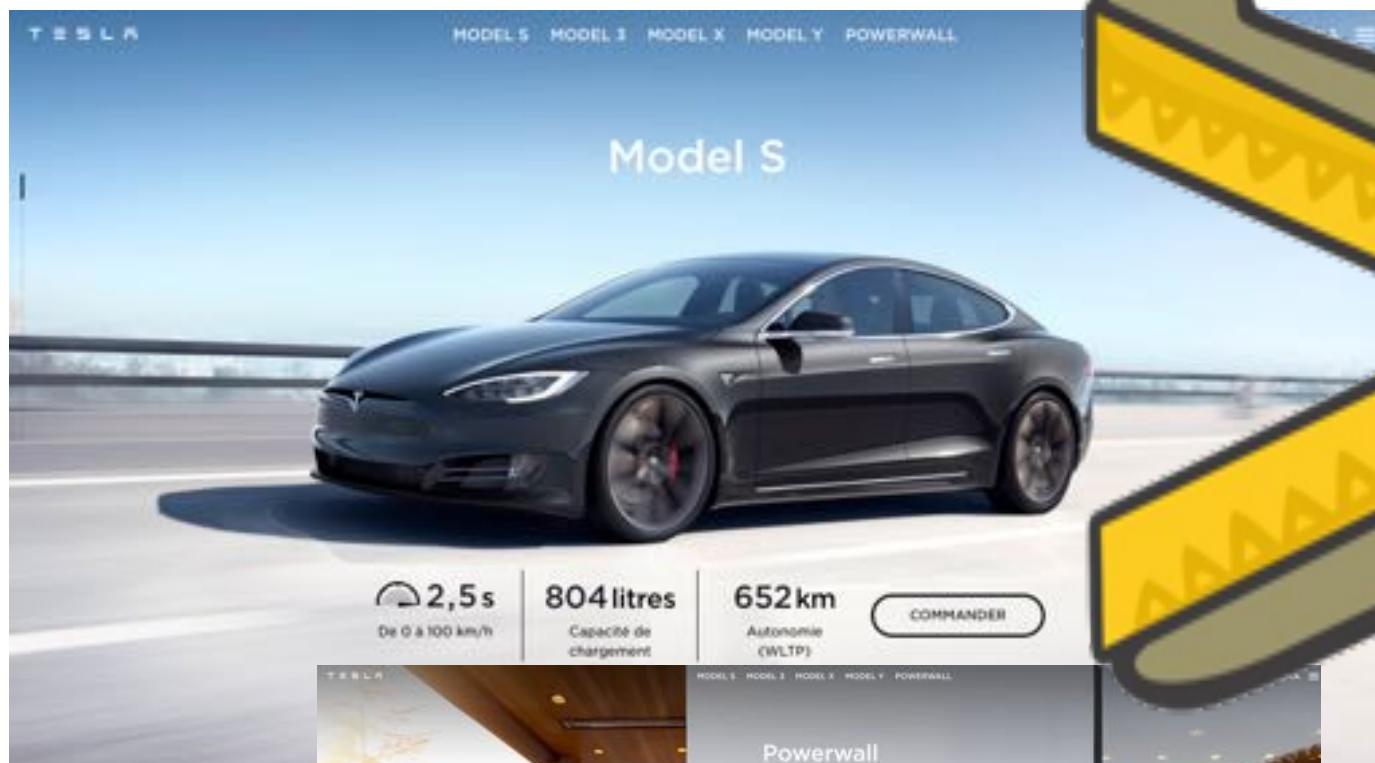
Disney





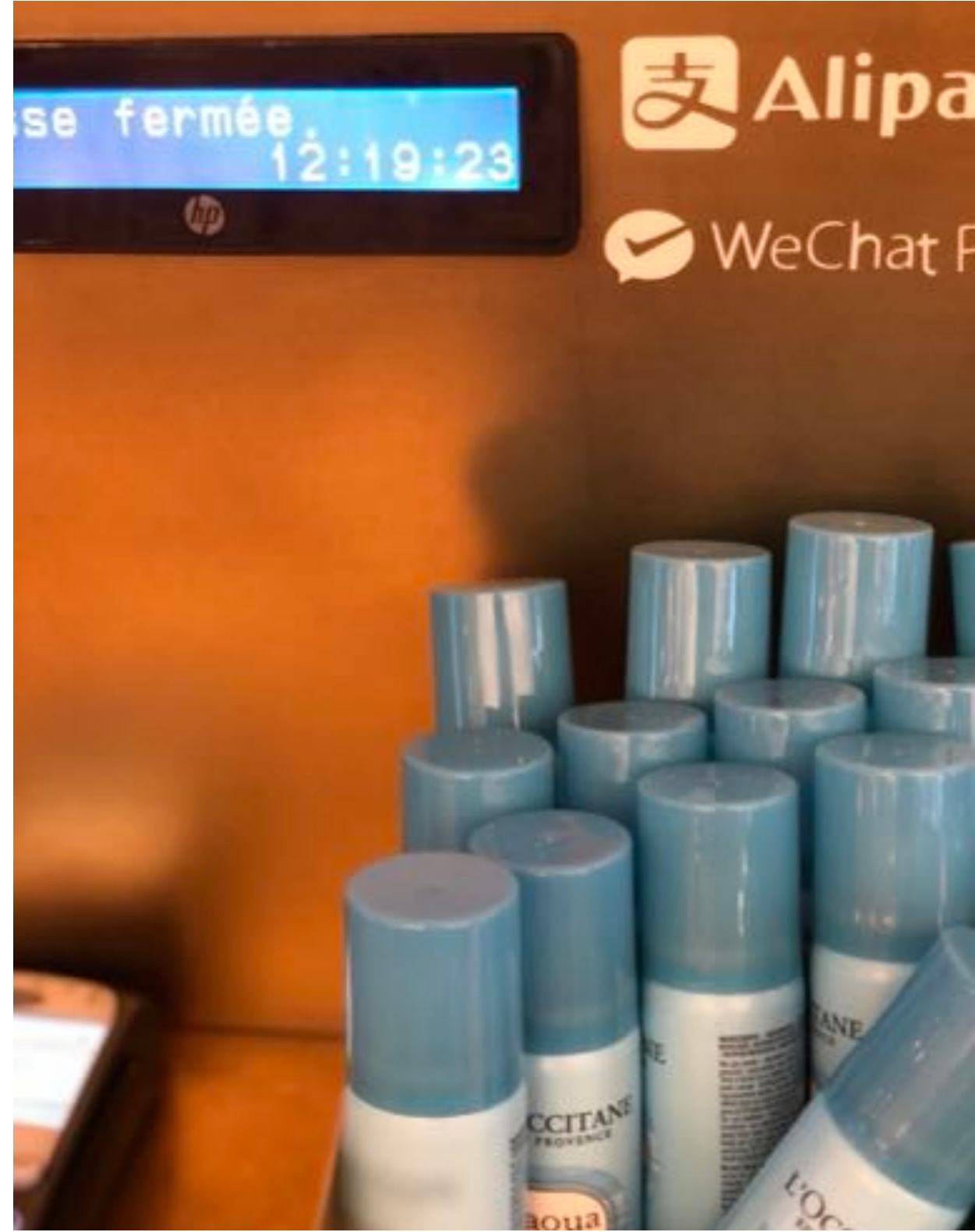
Market capitalization of Zoom Video Communications vs. the 15 biggest airlines







Ranking	Banking Group	Market Capitalisation (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 Merchant Bank	122
12	Royal Bank of Canada	114
13	Santander	100
14	BNP Paribas	90
15	Goldman Sachs	91
16	Sberbank	84
17	Unicredit	50
18	Barclays	47



GAFA, quoi ?

GAFA

NATU

BAT

GAF A

Google Amazon Facebook Apple

MSH

Microsoft Salesforce Huawei

NATU

Netflix Airbnb Tesla Uber

BEY

Booking Expedia Yandex

BATX

Baidu Alibaba Tencent Xiaomi

BDH

Bytedance DJI Hikvision

Valorisation APPL

3000 milliards (plus que CAC 40 ou PIB FR)

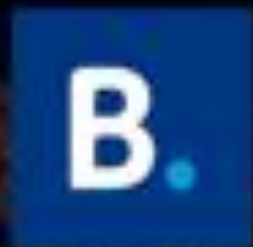
42 ans pour 1000 / 2 ans pour 2000 / 14 mois pour 3000

R&D Apple : 25 milliards par an

Achète une société tous les 25 jours

Valorisation GAFAMS plus que PIB EU

THE WORLD LEADER IN ONLINE TRAVEL & RELATED SERVICES



Booking.com

The global technology leader in connecting travelers with the widest choice of incredible places to stay



Priceline

Offers many ways to save and from deals that anyone else is hard



KAYAK

The world's leading travel search engine with a mission to help people experience the world by creating their favorite travel tools



Agoda

A global online accommodation reservations provider, a technology innovator and a high-energy company based in the heart of Asia



Rentalcars.com

The world's largest online car rental service



OpenTable

The world's leading provider of online restaurant reservations



05/01/20

NASA SELECTS LUNAR OPTIMIZED STARSHIP

NASA selected SpaceX to develop a lunar optimized Starship to transport crew between lunar orbit and the surface of the Moon as part of NASA's Artemis program.

	2006	Brand Value 2006 \$Mil.	2017	Brand Value 2017 \$Mil.
1	 Microsoft	62,039	 Google	245,581
2		55,834		234,671
3		41,406	 Microsoft	143,222
4	 中国移动 China Mobile	39,168	 amazon	139,286
5		38,510	 facebook	129,800
6	Walmart 	37,567	 AT&T	115,112
7	 Google	37,445	 VISA	110,999
8		36,084	 Tencent 腾讯	108,292
9	 citi	31,028		102,088
10		30,201	 McDonald's	97,723

COLIMIT









Black Mirror
NOSEDIVE (S03E01)
Entire History of you (S01E03)
Credit Social : note de confiance



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



People in your industry



32
out of 100

Sales professionals in the Computer Software industry have an average SSI of 32.
You rank in the top 1%.
No change since last week.

People in your network



42
out of 100

People in your network have an average SSI of 42.
You rank in the top 2%.
▲ Top 1% since last week.



Hubert Kratiroff
CDO at CX-convers & public speaker







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



NEXT

wikinomics

GIG

thingonomics (IOT)

blue

evonomics

expectation

new

micro

sha | ring

macro

offer **economy**

gift

platform

nudge

neuro

barter

collaborative

attention

comportementale

market



intelligence

model

law

funding

sha | ring

power

crowd

marketing

open

innovation

lending

collaboration

sourcing



NOLIMIT



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

SMS generated in USD
All CNY referenced in source through Alibaba

31766 个海外品牌入驻

105 个产业带成交额过 1 亿元

210 万线下小店参与

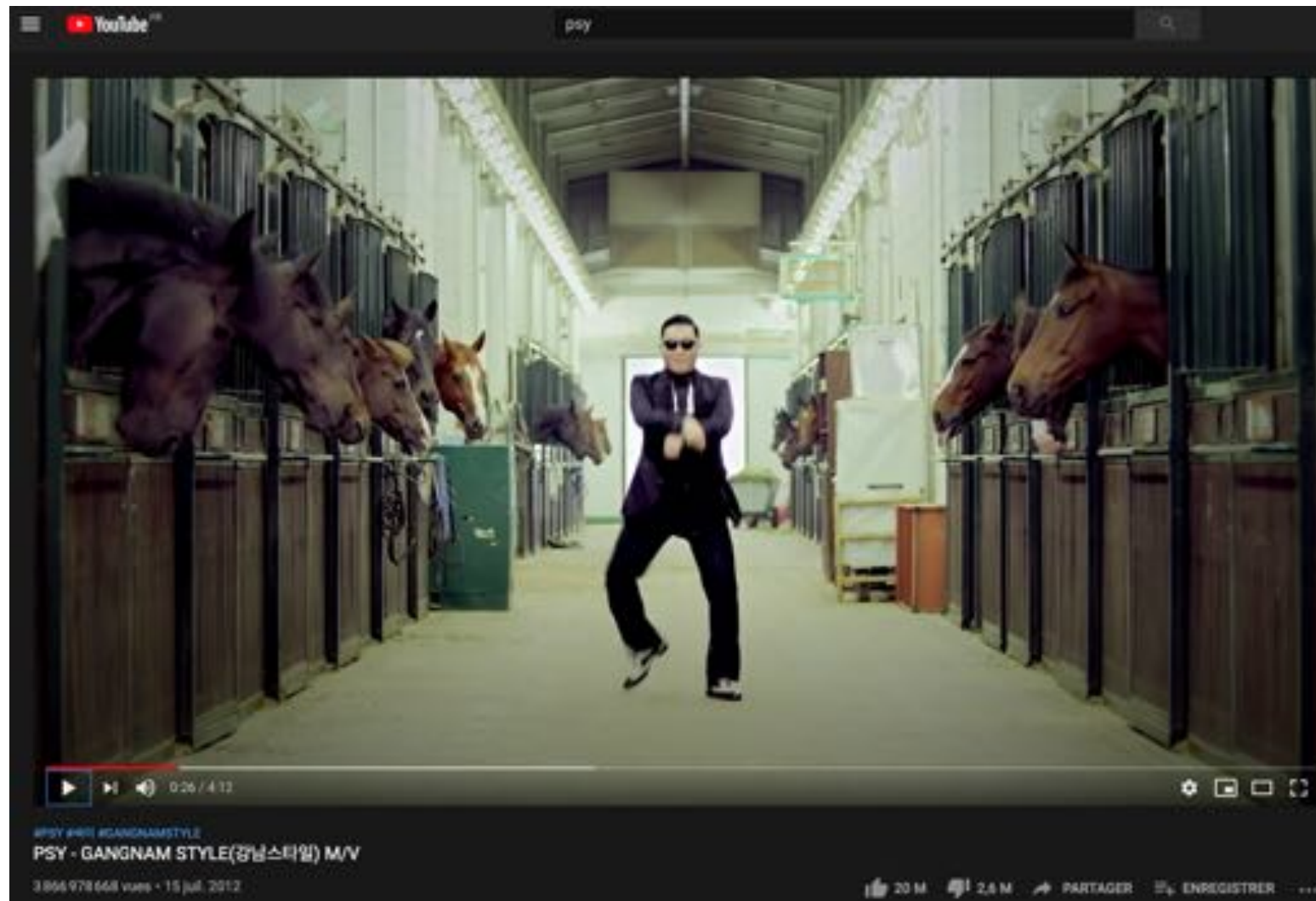
覆盖 1406 个县镇的 41 万款农产品

38 万个来自贫困县的店铺加入

AI 调用量超 15 万亿次



PSY 3,9 milliards de
vues YouTube : 5M€ de
droit





Baby Shark



0:10 / 2:16



[@pinkfong](#) [@pinkfong](#)

Bébé Requin Danse | Chante et danse! | Animal Songs | PINKFONG Chansons pour les enfants

7256176834 vues · 18 juin 2016

22 M 10 M PARTAGER ENREGISTRER

Numérique

invention, technologie, recherche, technique, scientifique, code, brevet...



Digital

innovation, utilisation, usage, assistance, commande, clic, relation homme-machine...



Cyber

sécurité, protection, hacker, virus, espionnage, militaire, défense, bureau des légendes, PFH, fish



Numérique

Digital

Cyber

1



**LE BUREAU
DES
LEGENDES**

2



**LE BUREAU
DES
LEGENDES**

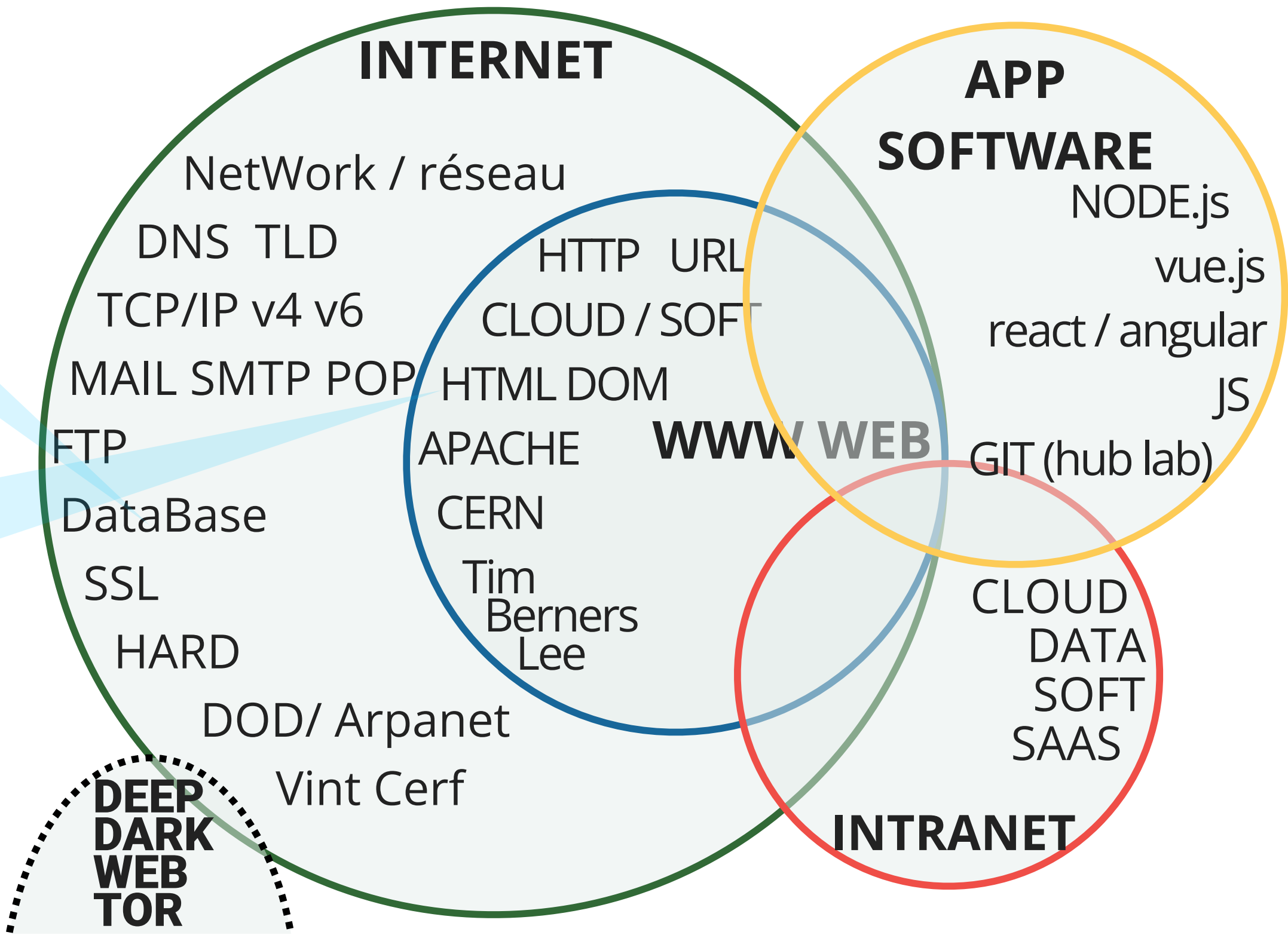
3



**LE BUREAU
DES
LEGENDES**

SQL / Postgres
Oracle
select
from
where
group
having
order

<html>
<head>
<body>
css
.js



Digital
Numérique
Cybernétique
Éthique

=

DATA
contrôle

=

INDIVIDUEL
personnalisation

=

Politique
moral



TOOLS

“Il n’y a pas d’amour,
il n’y a que des
preuves d’amour”



“Il n’y a pas de digital,
il n’y a que des
preuves de digital”



Michel Houellebecq
**La carte
et le territoire**

roman

**PRIX
GONCOURT
2010**

Flammarion



SMART CITY

Programme



08:30 avec **OUVERTURE -
Electric Days 2020**

Jean-Bernard Lévy, PDG groupe EDF

10-11h

 **live**



09:05 avec **INTERVIEW - Les
vrais enjeux du changement
climatique pour l'humanité**

Michelle Bachalet, Haut Commissaire
ONU

10-11h

 **live**



09:35 avec **PITCH INNO -
Inno4graph**

Innové pour démanteler les réacteurs
graphite

10-11h

 **live**



09:35 avec **PITCH INNO - Le
Cloud computing 100 %
français**

La puissance d'une offre numérique éco-
responsable

10-11h

 **live**



09:35 avec **PITCH INNO - Le bas
carbone avec Bel**

Atteindre la neutralité carbone dans
l'agroalimentaire

10-11h

 **live**



09:35 avec **PITCH INNO - Projet
Noor Midelt**

Du solaire pilotable à prix compétitif

10-11h

Un parc de récompense vous récompensera pour votre participation aux ateliers et rendez-vous de l'innovation du 1^{er} décembre.

Programme Innovations Intervenants Ateliers À la demande

facebook horizon metaverse







VUCA

+

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

VOLATILITY

Equity, bond and currency market volatility; the lack of stability and predictability.

UNCERTAINTY

The potential change in the inflation index calculation; the potential switch to "smoothing" for pension funds calculating their recovery plan; the lack of ability to foresee what major changes might come.

COMPLEXITY

In understanding these financial markets in the era of the "new normal". The proliferation and increasing complexity of new financial instruments and regulation to deal with increasingly complex markets, moving in ways experts have never seen before.

AMBIGUITY

The resulting feeling. Is this the great rotation from bonds to equities? Or will bond yields stay low for longer? What is the best course of action?



VUCA : NIKE with colin kaepernick



Believe in something.
Even if it means sacrificing everything.

 Just do it.

Bob Dylan

BOB DYLAN HIGHWAY 61 REVISITED



Kendrick Lamar



VUCA

HBR
2014

<https://hbr.org/2014/01/what-vuca-really-means-for-you>

Nathan Bennett et G. James Lemoine
« What VUCA Really Means for You. »
Harvard Business Review, 01/ 2014.



VUCA
outil
militaire
adaptation
aux
conditions

HBR 2014

complète
bien le
SWOT

Volatilité Incertitude Complexité Ambiguïté

4 types de situations qui demandent 4 types de réponses

Généralement non cumulable ou plutôt avec une dominante

Planification agile et adaptative en environnement incertain

Utile pour décider dans un marché marqué par l'une des dominantes

La planification à trois ans dans un environnement VUCA est impossible tant le nombre d'inconnu est grand : comment « savoir ce qu'il faut faire, quand personne ne sait ce qu'il faut faire »

L'adaptation et la capacité à apprendre vite sont cruciaux :

«Every day I'm learning something new" Sir Richard Branson, Founder – Virgin Group

INSPIRING IDEAS AND TALENT
TECHNOLOGY & INNOVATION

QrCode



**GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT**

TECHNOLOGY & INNOVATION

une école



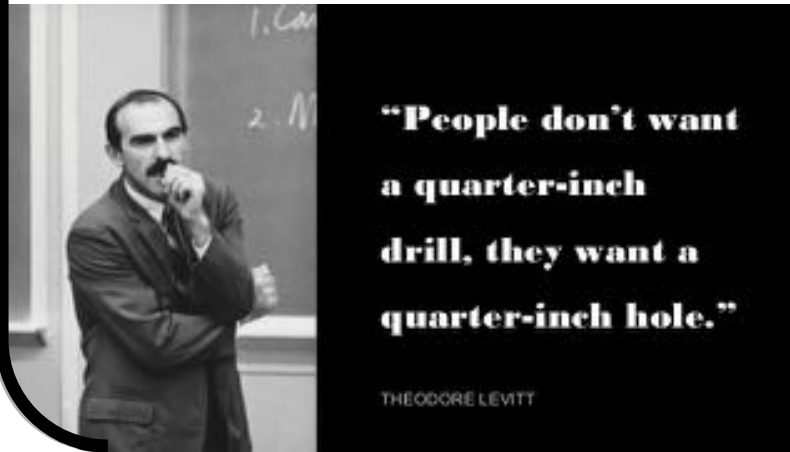
ACT THINK IMPACT



Key TakeAways

ce qu'il faut retenir

NoLimit dans un monde VUCA



SaaS

IaaS

PaaS

Subscription

Rental

Servitization

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