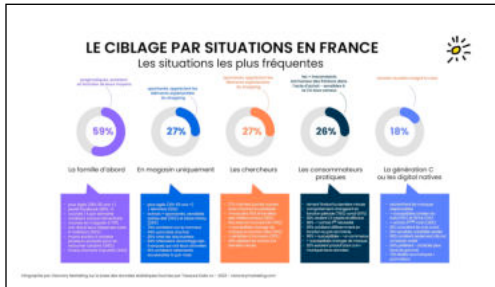


B2

	B	C	G	R	E	M
B	B2B	B2C	BtoG	BtoR	BtoE	
C	CtoB	CtoC	CtoG	CtoR	CtoE	
G	GtoB	GtoC	GtoG	GtoR	GtoE	
R	RtoB	RtoC	RtoG	RtoR	RtoE	
E	EtoB	EtoC	EtoG	EtoR	EtoE	EtoM
M	MtoB	MtoC		MtoR	MtoE	MtoM

Millennials ???
 Lost ... Greatest ... Silent ...
 BabyBoomer (1940 - 1945 +/- 6 ans)
 GenX (1955 1965 +/- 8 ans)
 GenY = Millennials (1979 1999 +/- 5 ans)
 GenZ = Digital Natives = GEN C (1994 2007 +/- 4 ans)
 alphaGEN ? = 2008 - 2020 ?
 SingularityGeneration 2020 / MARS Gen 2030



Génération C

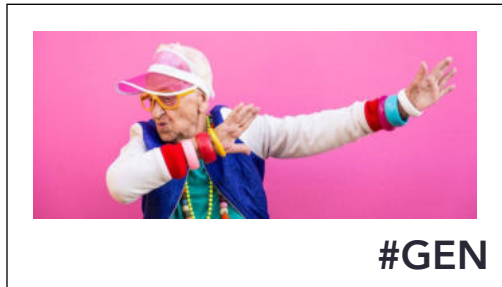
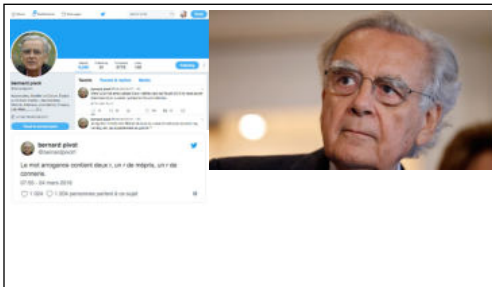
Article Discussion

Les Modifier Modifier le code Voir l'historique Outils

L'expression **génération C**, issue de la première lettre des mots « connectés, collaboratifs, créatifs, citoyens » (en anglais : « computer, click, connected »)^[1], [2] Elle peut désigner, soit des générations appartenant à un monde avec un développement important des technologies de l'information et de la communication, [3][4] soit des personnes qui sont nées à l'ère avec ces technologies et les utilisant beaucoup [5].

Dans la première acception, le terme « génération C » recouvre le concept d'« enfant du numérique » (en anglais : « digital natives ») : ce sont les personnes qui sont nées alors que l'électronique grand public et internet se développent et se démocratisent dans la population, à savoir la génération Y, et les personnes qui sont nées alors que ces technologies étaient majoritairement déjà disponibles par les intelliges, à savoir les générations Z, Alpha et le « âge » [1][2]. En fonction de la date des publications sur la génération C, certains se réfèrent pas forcément toutes ces générations car ces dernières n'étaient pas encore ou n'étaient pas encore disponibles. À noter également que, malgré leurs expériences très tôt liées à ces outils électroniques et informatiques, les personnes de cette génération ne sont pas forcément plus douées dans le domaine que les personnes de générations antérieures et sont même qualifiées par certains de « naïfs numériques » (en anglais : « digital naives »), indiquant l'usage initial qui n'est pas toujours le plus informé et efficace [6].

Avec une accorde acceptation du terme « génération C » n'est pas liée à des âges spécifiques : « Pour certains spécialistes, la génération C n'est pas une question d'âge mais de comportement. Ainsi une personne de la Génération Y, qui serait née entre 1960 et 1980 pourrait très bien faire partie de la Génération C » [7]. Selon cette idée, la génération C est l'ensemble des personnes qui passent beaucoup de temps sur les écrans et qui y sont très attachés [8]. Il est possible que, dans un premier temps, les publications ont cherché à générer l'attente à l'ère du numérique seulement aux jeunes générations du fait de leur apprentissage précoce, alors que par la suite, ces publications ont englobé également des personnes de générations plus anciennes qui se sont davantage investies dans le domaine et y ont donc acquis une certaine maîtrise.





GEN#Zendaya

#GEN

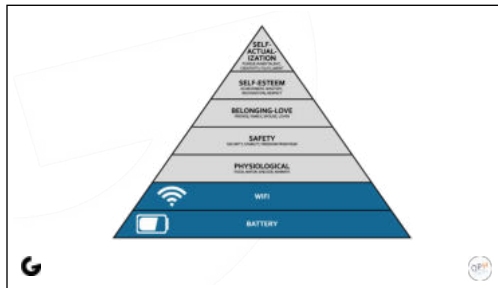
#GEN n'a pas d'âge
 #GEN préfère le contenu online natif
 #GEN visite 3 réseaux /j
 #GEN passe 10h/j devant un écran
 = 50% de la population occidentale

KOL (key opinion leader)
 GEN XYZ
 Future shapers
 «Affluent People»
 Influenceurs (mini macro)

ET POUR FINIR :
 Plus d'attentes...

Nouvelles Attentes

Pourquoi se contenter du minimum ?



GenX : web et internet 2000
 GenY : mobile 2010
 GenZ : living services 2020

source : Google, Accenture

1995 : information sur le web
 2000 : e-commerce
 2005 : relation
 2010 : mobile / smartphone
 2015 : living services
 2020 : blockchain (use case NFT)

source : Google, Accenture

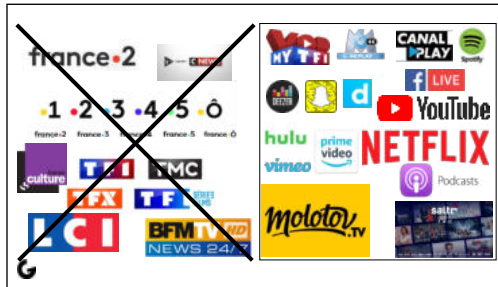
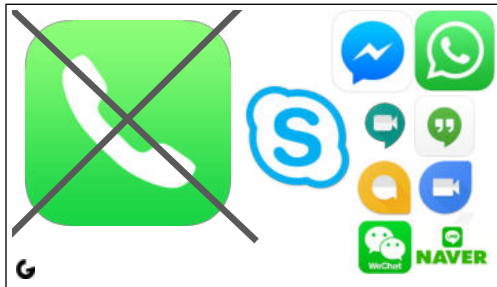
Nouvelles vies 2022

Nouveaux JOBS influenceur slasheur

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

Si vous n'êtes pas dans Google,
 vous n'existez pas !

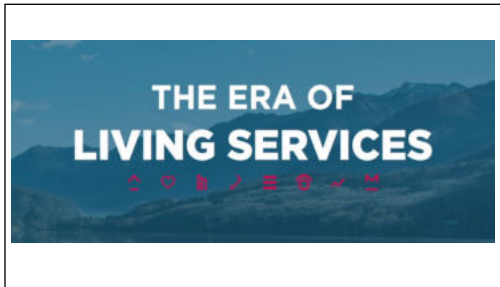
#GenX



LS

Living Services

#GenZ





**THE DIGITISATION
OF EVERYTHING
+
LIQUID EXPECTATIONS**

OUR HOMES
OUR BODIES
OUR FAMILIES
OUR EDUCATION
OUR WORK
OUR TRANSPORT
OUR FINANCES
OUR SHOPPING



**WE LIVE IN A CULTURE OF
LIQUID EXPECTATIONS,**

WHERE EACH NEW AND AMAZING EXPERIENCE
BECOMES THE STANDARD TO WHICH ALL
OTHERS ARE COMPARED

WE CAN PAY SEAMLESSLY WHEN THERE AN
ITEMS WHY SHOULDN'T WE? THE SAME, WHY NOT
PURCHASE MY GROCERIES?

FJORD Open to all, Open to all, Open to all

Acquire Acquire



GAMIFICATION

COURN, GAUTHIER, DESCHAMPS

HISTOIRE DE FRANCE

Pokémon GO

The diagram consists of two large, light-blue rounded rectangular boxes arranged horizontally. The left box contains the name 'Gutenberg' in a large, bold, black sans-serif font. Below the name is a small, square image of a page from a medieval manuscript, featuring a large, ornate initial 'D' in blue and red ink, with text in a Gothic script. The right box contains the name 'Zuckerberg' in a large, bold, black sans-serif font, with the word 'Sandberg' in a smaller, regular, black sans-serif font directly beneath it. Below the names is a large, stylized blue thumbs-up icon, representing a 'like' on Facebook. A thin, light-blue line connects the bottom of the 'Gutenberg' box to the bottom of the 'Zuckerberg' box, passing behind the thumbs-up icon. In the bottom right corner of the entire diagram, there is a small, circular logo with the word 'Grafik' in a stylized font.

The diagram consists of two large, light-blue rounded rectangular boxes arranged horizontally. The left box contains the name 'Gutenberg' in a large, bold, black sans-serif font. Below the name is a small, square image of a page from a medieval manuscript, featuring a large, ornate initial 'D' in blue and red ink, with text in a Gothic script. The right box contains the name 'Zuckerberg' in a large, bold, black sans-serif font, with the word 'Sandberg' in a smaller, regular, black sans-serif font directly beneath it. Below the names is a large, stylized blue thumbs-up icon, representing a 'like' on Facebook. A thin, light-blue line connects the bottom of the 'Gutenberg' box to the bottom of the 'Zuckerberg' box, passing behind the thumbs-up icon. In the bottom right corner of the entire diagram, there is a small, circular logo with the word 'Grafik' in a stylized font.



MarketingWeek
RECOMMENDS

View online

MarketingWeek
RECOMMENDS

View online

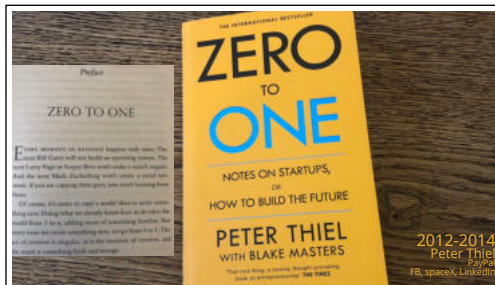
MarketingWeek
RECOMMENDS

View online



sundance

/the
social
dilemma_



Les 3 étapes de toute Innovation / rupture / révolution

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

Thiel / Aberkane

Ridicule
Dangereux
Évident

(délai)
(délai)



Galilei, Drucker...

Mesurer la performance du parcours client

...les KPI du CX

SAFRAN

NPS
Net Promoter Score

Net Promoter Score (NPS) = % Promoters - % Detractors

NPS : NET PROMOTER SCORE

NPS Net Promoter Score

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

Ce qu'il faut retenir / Key takeaway

- 1/ Calcul : $(9+10) - (0 \text{ à } 6)$ (sans 7 et 8)
- 2/ Question décalée : conseillerez-vous ?
- 3/ Fréquence : trimestrielle
- 4/ Toujours inférieur à la moyenne

How satisfied were you with your experience today?

Worst 1 2 3 4 5 6 7 Best

How satisfied are you with our services?

Very Unsatisfied Unsatisfied Neutral Satisfied Very Satisfied

CSAT CUSTOMER SATISFACTION SCORE

CES : Plaisir / Effort

Remplace Qualité / Prix

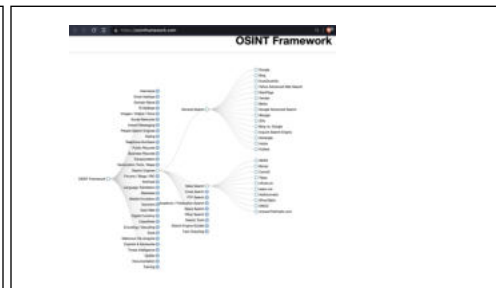
Overall, how easy was it to solve your problem with (your business) today?

Very Difficult Difficult Neither Easy Very Easy

CES (CUSTOMER EFFORT SCORE)



OSint
OpenSourceIntelligence





“
ATTENTION
=
MONEY”

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

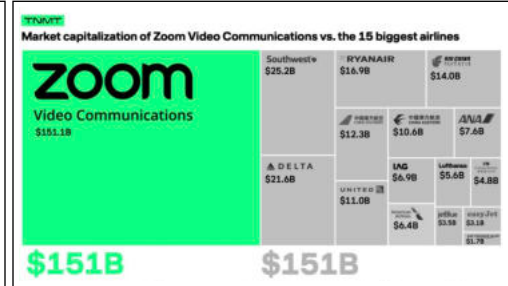
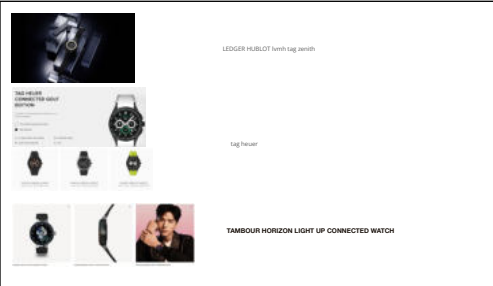
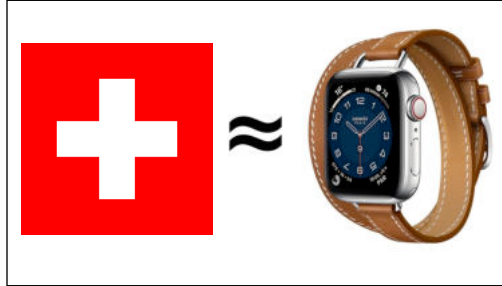
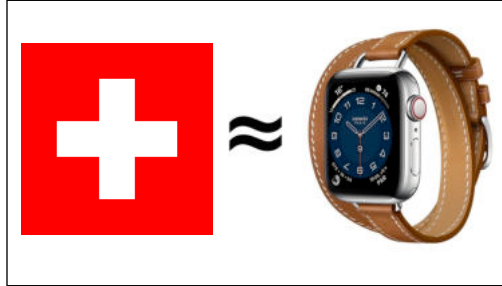
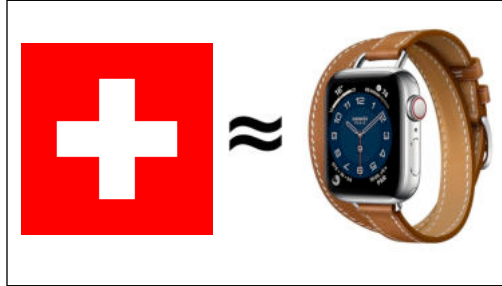


HK
Pierre Bouard (1989-1990)



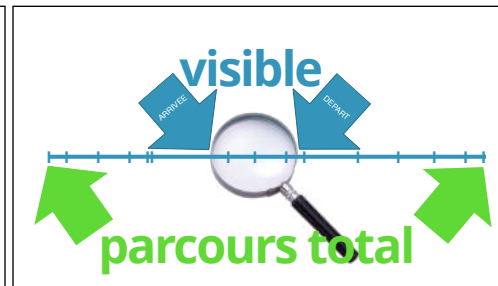
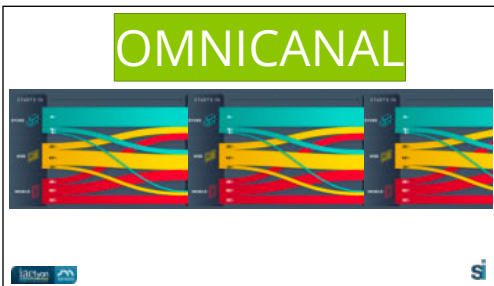
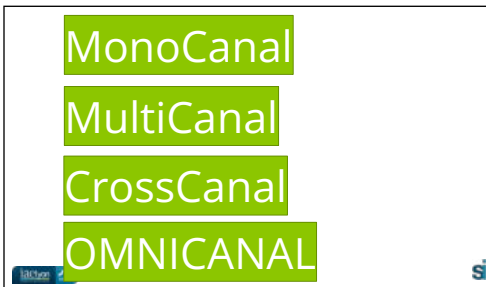
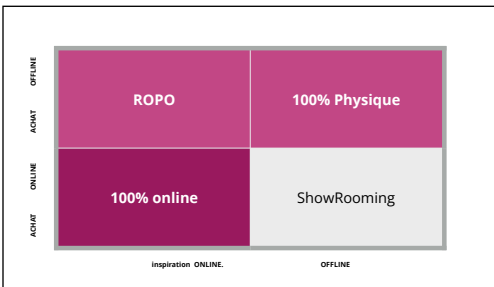
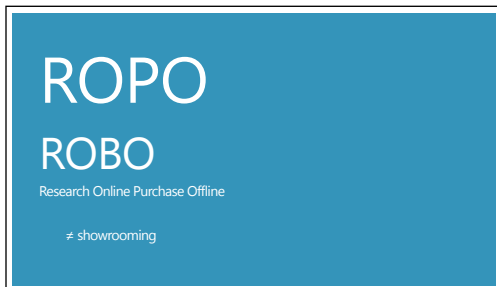
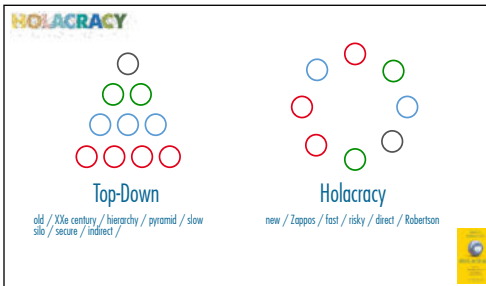
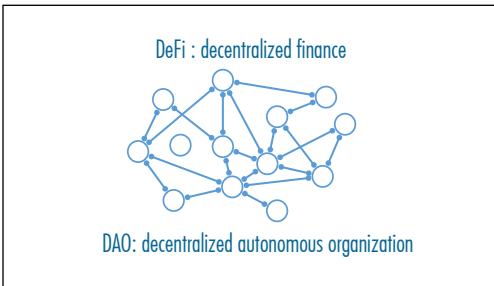
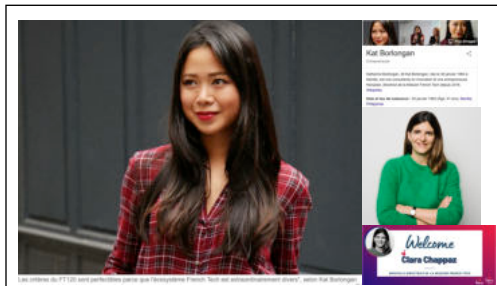
servicisation
disruption
uberisation
tycoonisation
platformisation

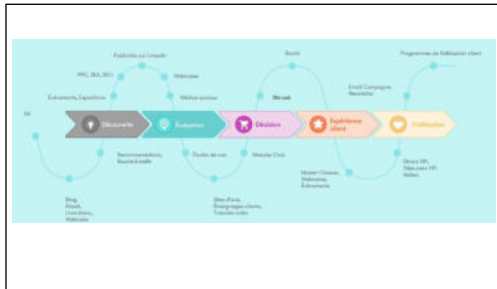
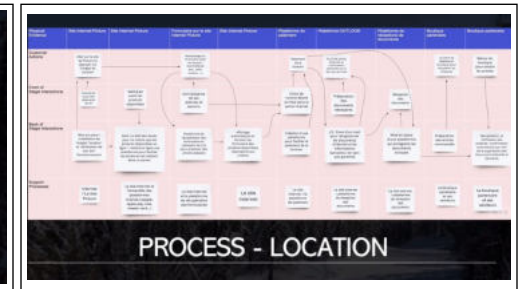
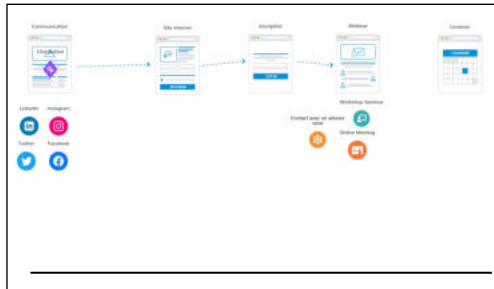
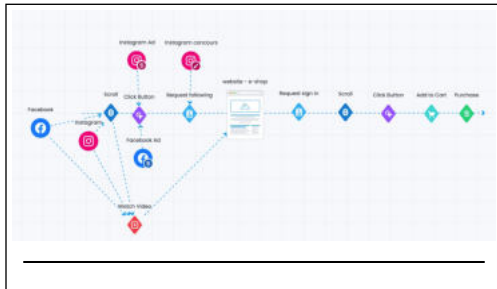
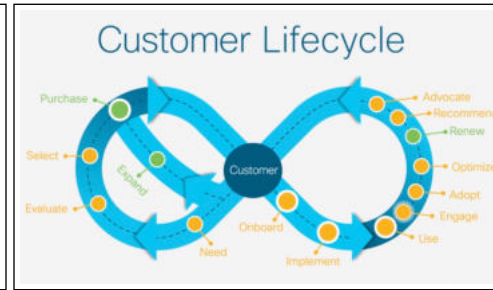
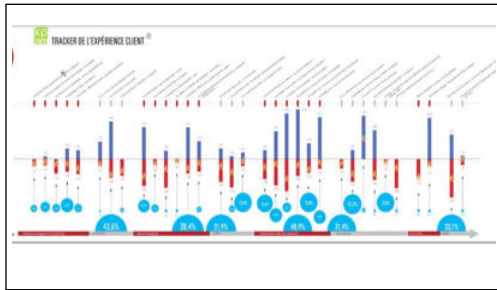
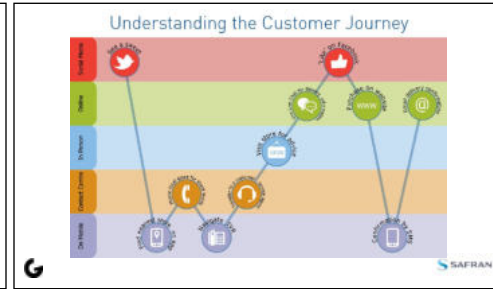
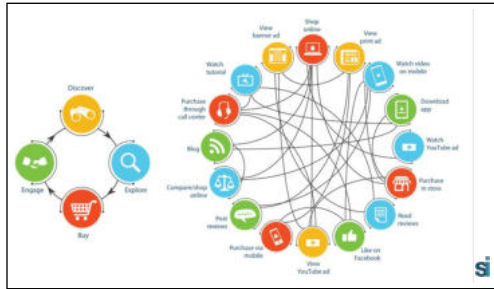
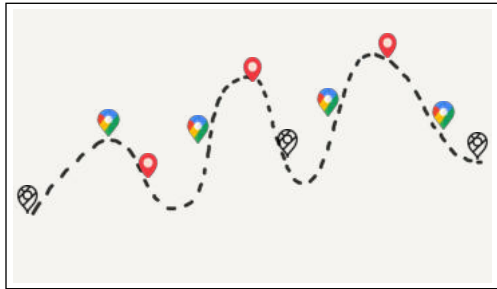
Nouveaux Business Modèles

[illegible]

Ranking	Banking Group	Market Capitalization (USD bn)
1	JP Morgan	368
2	CIBC	350
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	Bank of Montreal	153
11	China Merchants Bank	122
12	Royal Bank of Canada	114
13	Santander	100
14	BNP Paribas	95
15	Goldman Sachs	91
16	Standard Bank	84
17	Unicredit	50
18	Barclays	47

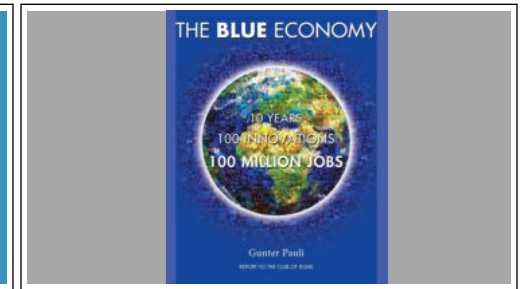


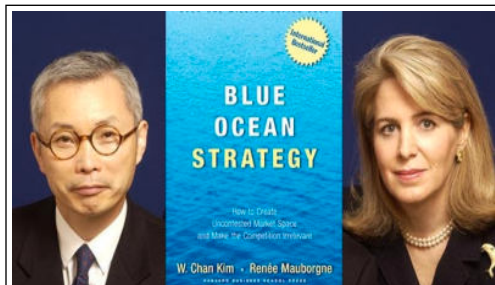




économie vs. marketing
=
rationalité des agents

Économie de l'attention
Expectation economy
économie comportementale





VALEUR ECONOMIQUE

valeur d'usage
vs.
valeur d'échange

prix vs. valeur

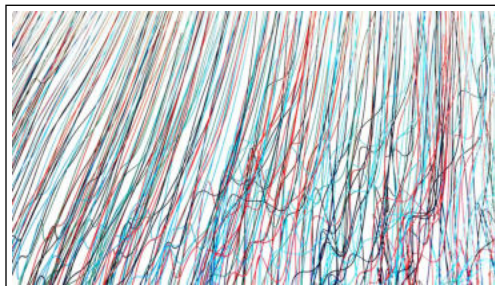
ObSoCo

Observatoire Société Consommation

Usage vs. Possession

50% s'écarte du modèle dominant

SHARING ECONOMY

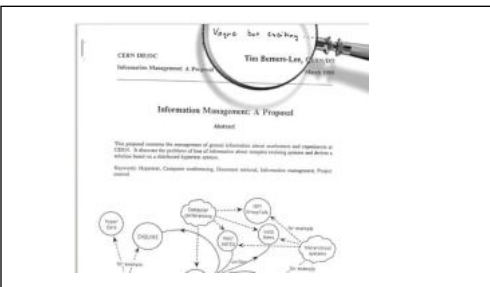


PERVASION

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

**"THE FUTURE IS ALREADY
HERE — IT'S JUST NOT
VERY EVENLY DISTRIBUTED"**

William Ford Gibson (1948)
cyberspace noir prophet



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