





***MAKE THE
CHANGE***



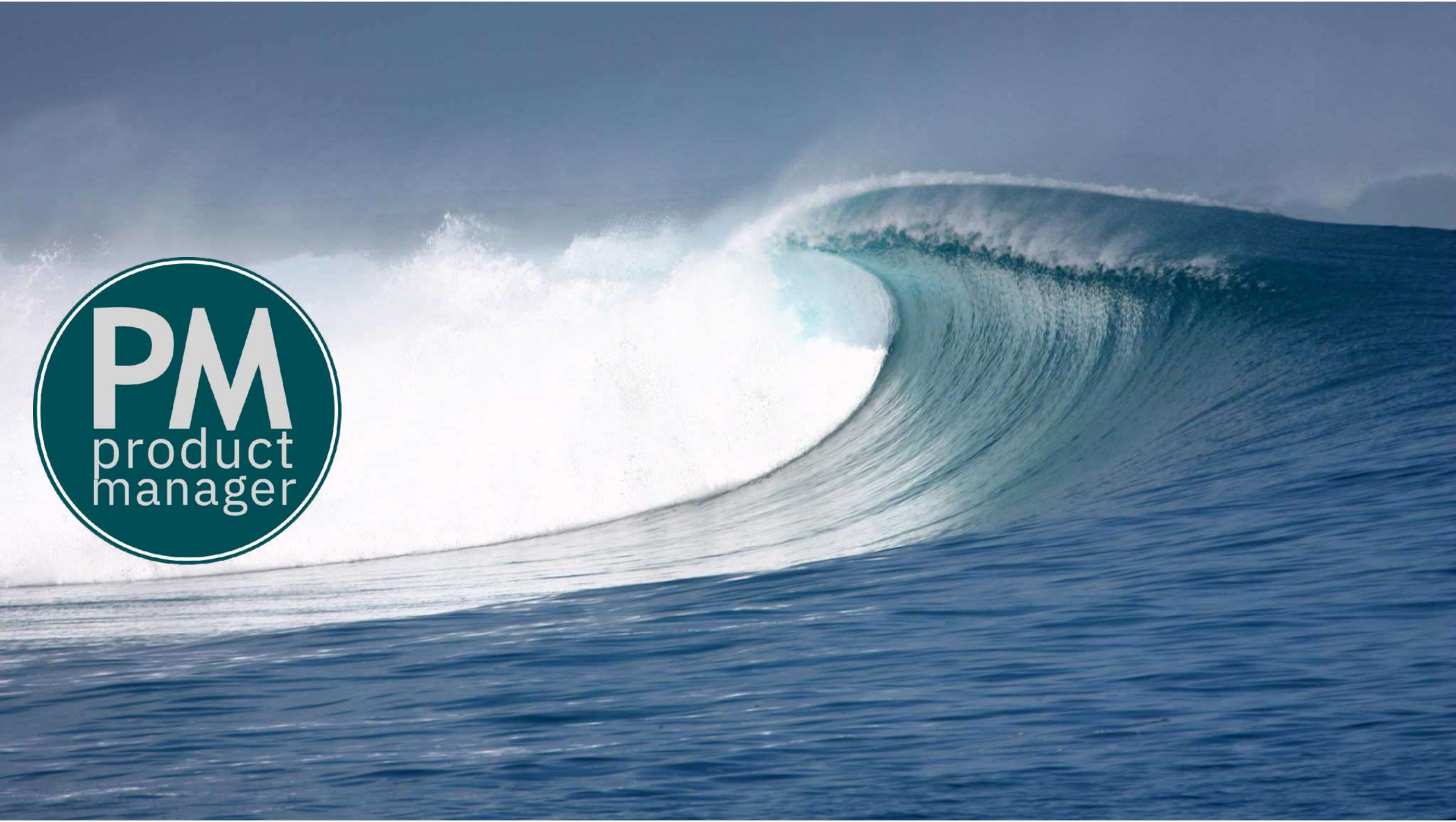
***BE THE
CHANGE***



***LES
MÉTIER***



***DU
MARKETING***





H. KRATIROFF

LA COLLECTION DE RÉFÉRENCE DES PROFESSIONNELS ET DES ENTREPRISES

Fonction : Chef de produit marketing

Développer une gamme de produits, suivre et analyser le marché, former la force de vente, contrôler les budgets... Découvrez toutes les **compétences clés du chef de produit marketing** à travers :

- Un portrait complet de la fonction : définition, responsabilités, tâches au quotidien.
- Les outils du savoir-faire et du savoir-être : cycles de travail, organisation des réunions, management...
- Les éléments de la gestion de carrière : organigrammes, structures d'entreprise, chefs de produits spéciaux...

Cette sixième édition met l'accent sur le **digital marketing** et les nouvelles technologies.

Débutants dans la fonction ou étudiants en école de commerce, voici le **guide professionnel** dont vous avez besoin pour entamer et réussir votre carrière.

LES +

- > Modèles de documents (check-list, mind map, revue de marque et d'enseigne, brief d'agence, plan marketing...)
- > Lexique français/anglais : 500 mots du métier
- > 85 citations pour animer une présentation

6^e édition

Hubert KRATIROFF



Est un professionnel du marketing. Chef de produit puis directeur marketing, il a également fondé des sociétés dans les logiciels de santé et les nouvelles technologies. Il se consacre maintenant à l'enseignement au sein de l'École de Management de Paris et à l'École de Management de Montréal ; il a aussi des activités de consulting en développement d'entreprise.



6215867
ISBN 978-2-10-059399-6



Les actus
du savoir



Fonction : Chef de produit marketing



Fonction : Chef de produit marketing

> Vers la maîtrise des outils
et compétences du métier

Hubert KRATIROFF

6^e édition

DUNOD



LA COLLECTION DE RÉFÉRENCE DES PROFESSIONNELS ET DES ENTREPRISES

Fonction : Chef de produit marketing

6^e édition

Développer une gamme de produits, suivre et analyser le marché, former la force de vente, contrôler les budgets... Découvrez toutes les **compétences clés du chef de produit marketing** à travers :

- Un portrait complet de la fonction : définition, responsabilités, tâches au quotidien.
- Les outils du savoir-faire et du savoir-être : cycles de travail, organisation des réunions, management...
- Les éléments de la gestion de carrière : organigrammes, structures d'entreprise, chefs de produits spéciaux...

Cette sixième édition met l'accent sur le **digital marketing** et les nouvelles technologies.

Débutants dans la fonction ou étudiants en école de commerce, voici le **guide professionnel** dont vous avez besoin pour entamer et réussir votre carrière.

Hubert KRATIROFF



Est un professionnel du marketing. Chef de produit puis directeur marketing, il a également fondé des sociétés dans les logiciels de santé et les nouvelles technologies. Il se consacre maintenant à l'enseignement au sein de l'École de Management de Paris et à l'École de Management de Montréal ; il a aussi des activités de consulting en développement d'entreprise.

LES +

- > Modèles de documents (check-list, mind map, revue de marque et d'enseigne, brief d'agence, plan marketing...)
- > Lexique français/anglais : 500 mots du métier
- > 85 citations pour animer une présentation



6215867
ISBN 978-2-10-059399-6

Les actus
du savoir



YANN GOURVENNEC

HUBERT KRATIROFF

LE MARKETING DIGITAL @^{DE} à Z



“
CE LIVRE
DEVRAIT ÊTRE
REMBOURSÉ

P.P.C

“
UNE BIBLE PRATIQUE
OPÉRATIONNELLE
ET À JOUR

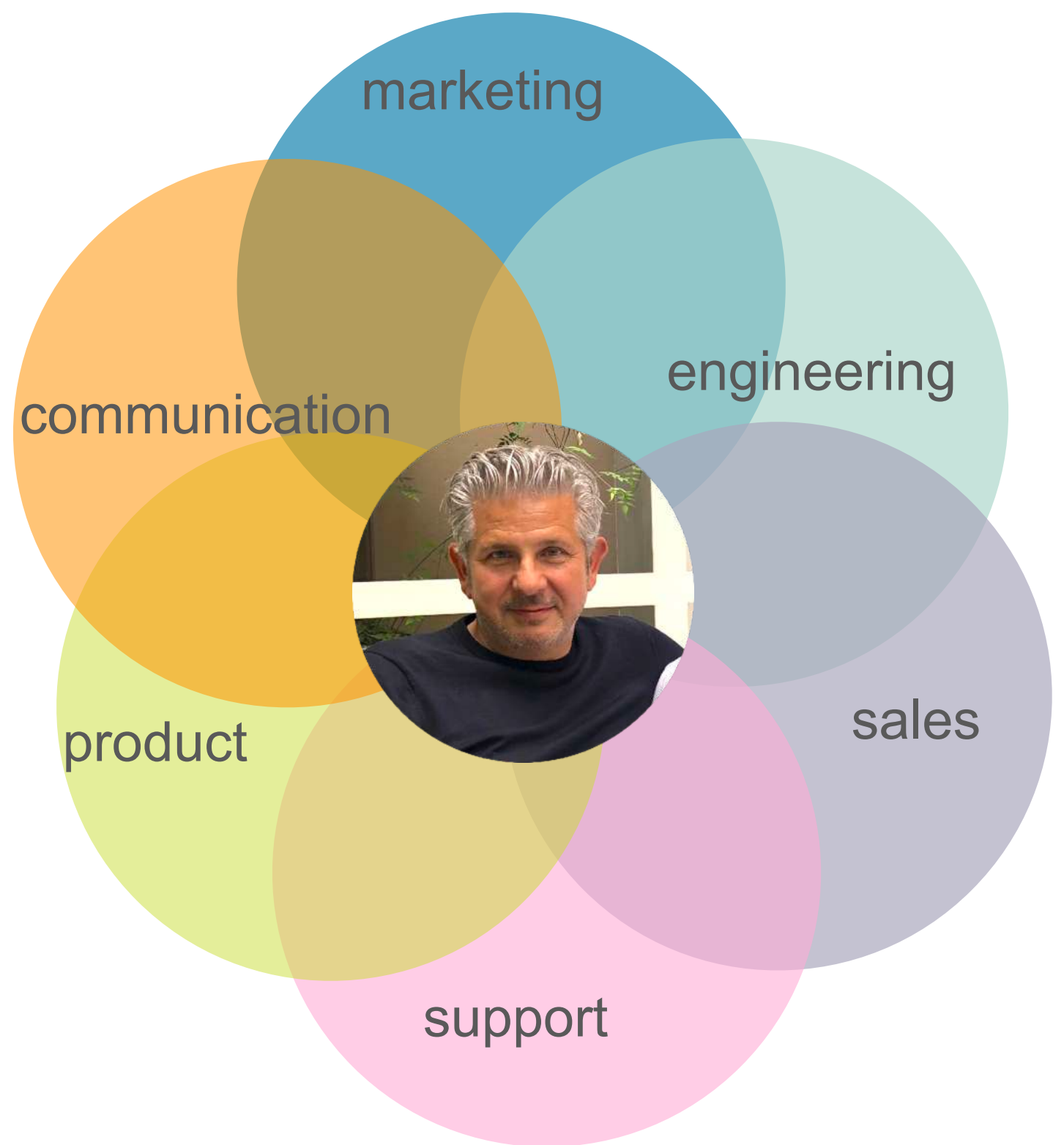
J.P. TIMSIT

**STRATÉGIE ET OUTILS
POUR MIEUX INTERAGIR
AVEC VOS AUDIENCES**

● Éditions
EYROLLES

technology evangelist

hubert@kratiroff.com





**full stack
marketer**

**technology
evangelist**

hubert@kratiroff.com

technology evangelist

full stack marketer

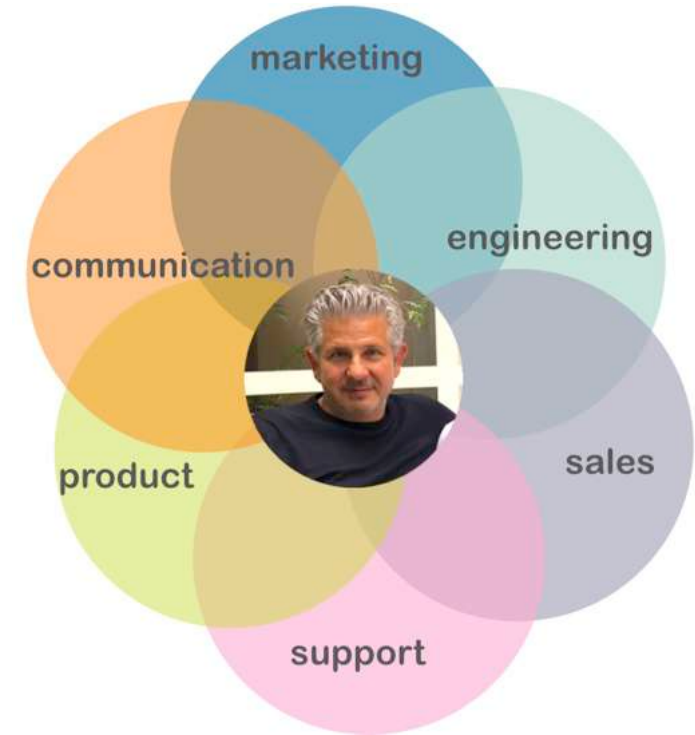
CDDO: chief digital/data officer

DPO: Data Protection Officer

professeur d'économie numérique

expert learn marketing, CMI, marcom

everyday writing, coding & programming



hubert@kratiroff.com



@kratiroff



linkedin.com/in/kratiroff



#MahsaAmini

Le prix Nobel de la paix 2023 remis à Narges Mohammadi pour son combat pour les droits des femmes en Iran

Après deux années consécutives où l'ombre du Kremlin planait sur les lauréats du prix Nobel de la paix, le comité a choisi de prendre ses distances en se tournant vers la cause féminine en Iran.

Par Maxime Birken avec AFP



- / AFP

Le prix Nobel de la Paix 2023 a été remis à la militante féministe iranienne Narges Mohammadi.

#PM

@kratiroff
2022

BRAND
management

Scannez
et découvrez !



<http://opn.to/a/dbFWD>

Pour scanner, téléchargez l'app Unitag
gratuite sur unitag.io/app



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. AcTech: 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. Référenceement (SEARCH).....	16
9. TECHNIQUE : inside web.....	18
Marketing, quelques définitions.....	21



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 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, Boring and previously PayPal co-founder)

AAA: Average active sessions
AAID: Android Advertising Identity
AARRR: Acquisition, Activation, Retention, Referral, Revenue
ABC: Always Be Closing
ABM: Account Based Marketing
ABT: AB testing
ACSEL: Association pour commerce et services en ligne (ACEN: Association de l'Économie Numérique)
ADEX: Ad Exchange plateforme
AdTech: Advertising Technology (cf. MarTech)
ADX: Google DoubleClick Ad Exchange plateforme
AIDA: 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. MtoM)
AR: Augmented Reality (ou RA)
ARPU: Average revenu per user
ARR: average recurring revenu (or annuel)
ASO: App Store Optimization (cf. Search)
ASF: Apache Software Foundation
ASP: Application service provider AssurTech cf. insurtech
AtAwAd: Anytime Anywhere Anydevice
AtAwAdAc: AtAwAd + AnyContent
ATF: Above the fold (au dessus du pli, donc visible : cf. BTF)
ATL: above the line (cf. BTL & media)
AWD: Adaptive web design (cf. RWD)
BAT(X): Baidu Alibaba Tencent Xiaomi (vs. 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 limitée à une seule page ou son réception d'un email)
BRICS: 5 countries competing with Triads and N-11
BTC: BitCoin (XBT)
BTF: Below the fold (en dessous du pli, donc invisible : cf. ATF)
BTL: below the line (cf. ATL & hors media)
BtoG: business to Government
BtoR: Business to Retail
BYOD: Bring your own device 'cf. CYOD)
CAC: Customer Acquisition Cost (ou cycle d'activité client ancêtre 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
CHO: Chief Digital Officer (ou Chief Data Officer)
CDN: content delivery network / réseau de diffusion de contenu (AKAMAI)
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
CM: Community Manager
CMI: Communication Marketing Intégrée (IMC)
CMO: Chief Marketing Officer
CMS: Content management system
CNIL: Commission Nationale Informatique et Liberté (cf. RGPD)
COOC: Corporate Open Online Course
COS: Cos: 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)
CSG: 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/link)
CX: Customer experience (including UX)
CYOD: Choose Your Own Device (cf. BYOD)
D3.js: cf. DDD
DAO: Decentralized Autonomous Organization (holocratie)
DDD: Data Driven Document
DDDM: data-driven decision management
DDS: data-driven strategy
DL: Digital Learning
DM: Direct mail or Direct message sur Twitter
DMExCo: 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

AMAZON BESTSELLER 2ND EDITION

THE PRODUCT BOOK

HOW TO
BECOME A GREAT
PRODUCT MANAGER

 PRODUCT SCHOOL

JOSH ANON with
CARLOS GONZÁLEZ DE VILLAUMBROSIA



UNDERSTAND



HYPOTHESIZE



VALIDATE



EXECUTE



DESIGN



ENGINEER



MARKET



SUCCEED



UNDERSTAND



HYPOTHESIZE



VALIDATE



EXECUTE



DESIGN



ENGINEER



MARKET



SUCCEED

GAME

qui a 15 ans ?

qu'est ce qui vaut 35.000€ ?

Blind Test

Menu

Rechercher

HERMÈS
PARIS

Compte

Panier



PAPRIKA BRASIL EAU DE TOILETTE

230 € (230 g/100g)

Paprika Brasil, c'est le pouvoir ravageur du paprika et du bois de brésil, adouci par l'iris.

Contenance: 100 ml

Ajouter au panier



Google

pnl au dd

[AI](#) [Images](#) [Videos](#) [News](#) [Maps](#) [More](#)

About 3,030,000 results (0.45 seconds)

Tip: Search for **English** results only. You can specify your search language in **Pr**

Au DD

Litre de PNL

Paroles

AU DD

J'la passe, la détaille, la pé-cou, la vi-sser, des regrets devant ton bébé
J'sors de chez toi, j'reprends ta voiture mal garée puis j' retire ton PV
J'recherche un billet, des affaires, des plans dans la planque, un peu trop peiné..

Source : Musikmatch

Menu

Rechercher

HERMÈS
PARIS

Compte

Panier



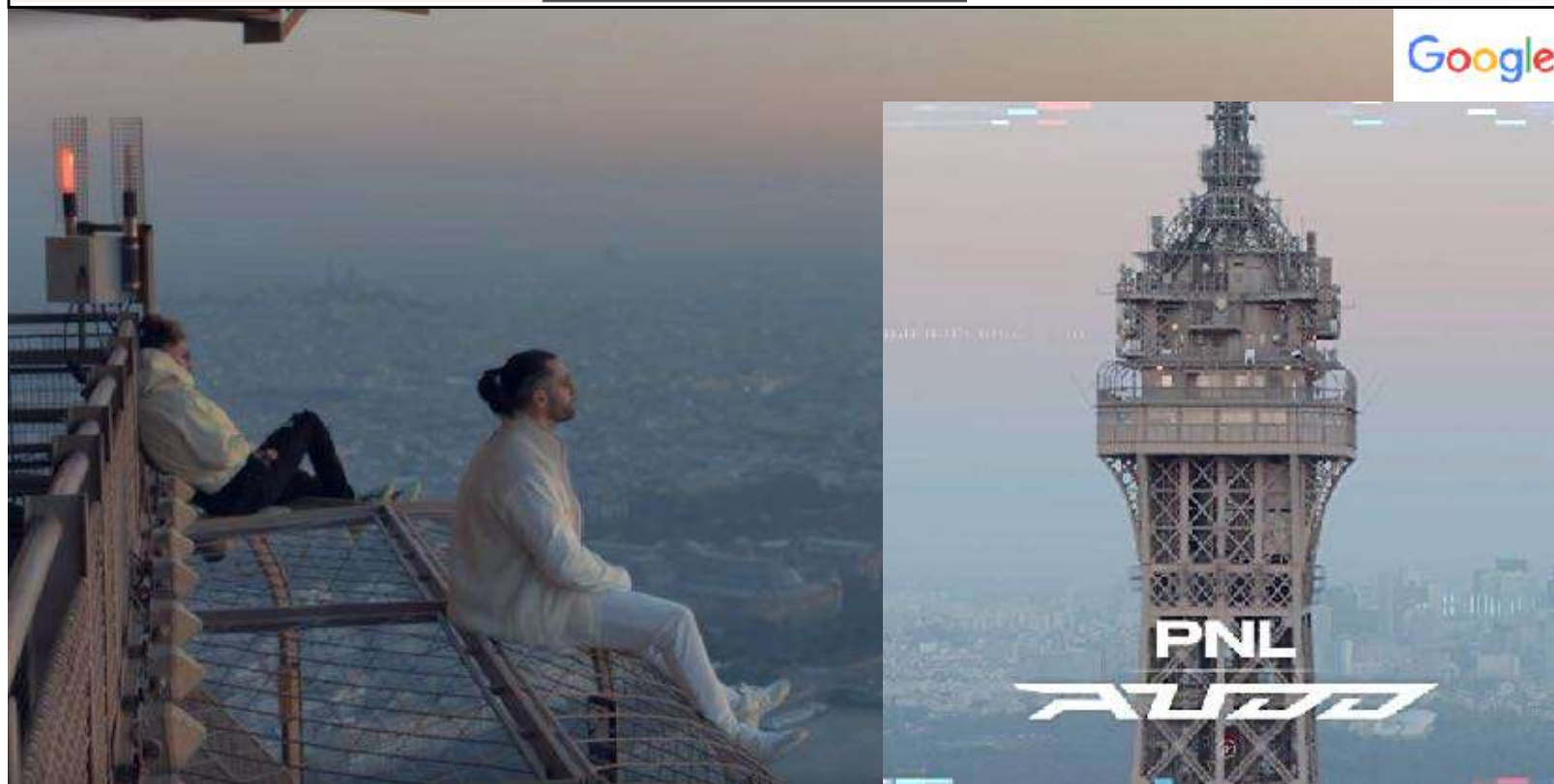
PAPRIKA BRASIL EAU DE TOILETTE

230 € (230 g/100ml)

Paprika Brasil, c'est le pouvoir ravageur du paprika et du bois de brésil, adouci par l'iris.

Contenance: 100 ml

Ajouter au panier



Google

pnl au dd

[All](#) [Images](#) [Videos](#) [News](#) [Maps](#) [More](#)

About 3,030,000 results (0.45 seconds)

Tip: Search for **English** results only. You can specify your search language in **Pr**

Au DD

Titre de PNL

Paroles

AU DD

J'la passe, la détaille, la pé-cou, la vi-sser, des regrets devant ton bébé
J'sors de chez toi, j'reprends ta voiture mal garée puis j' retire ton PV
J'recherche un billet, des affaires, des plans dans la planque, un peu trop peiné..

Source : Musixmatch



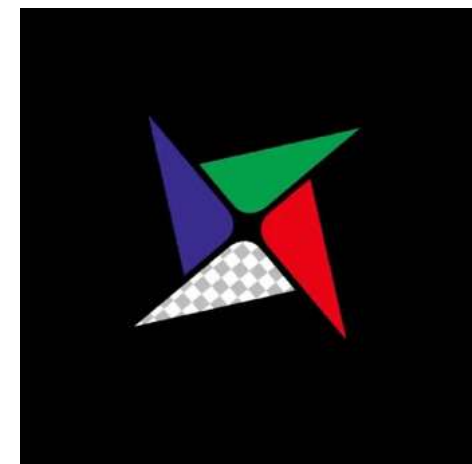
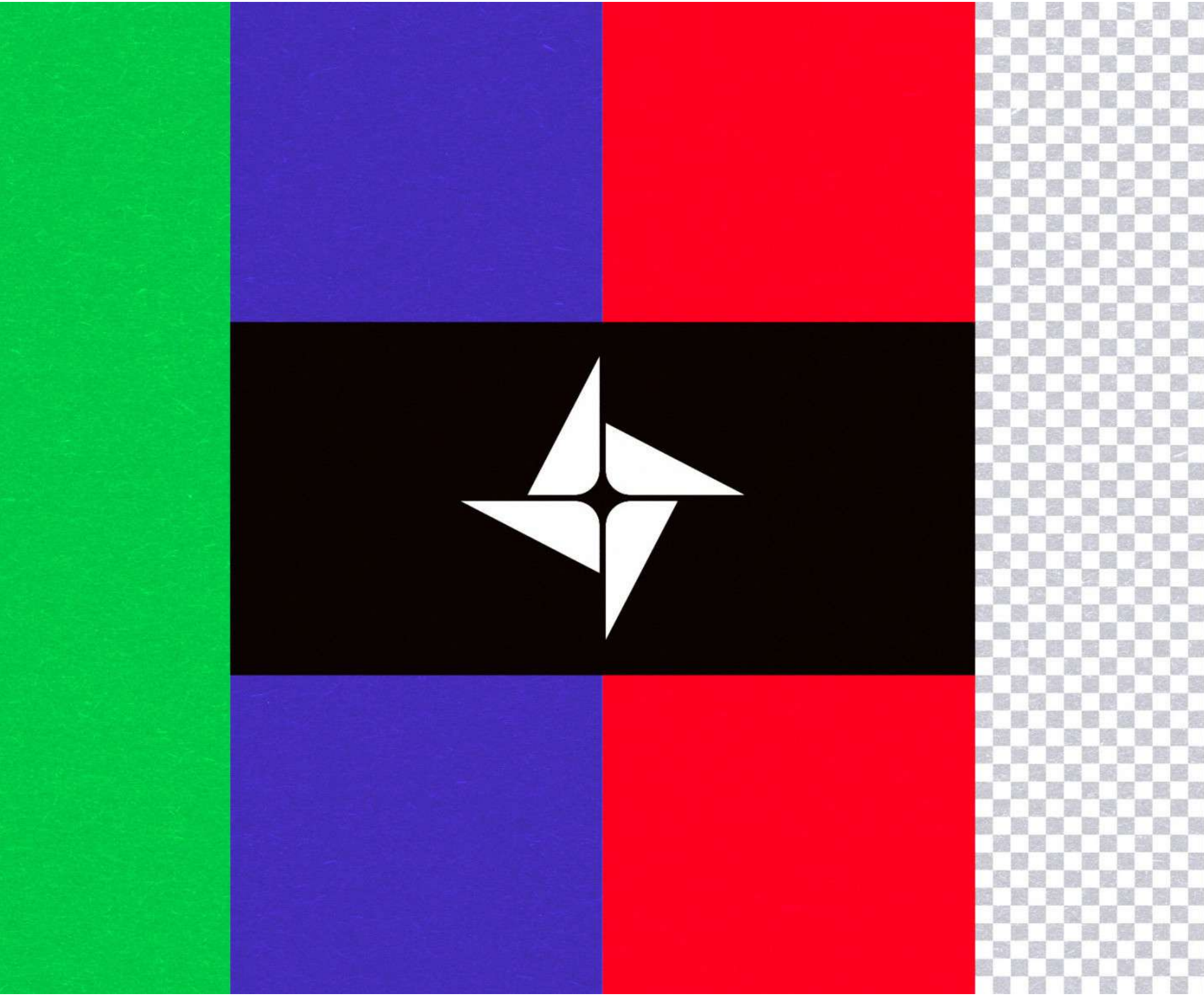
Aya
Nakamura
Divine diva



AYA NAKAMURA

NAKAMURA

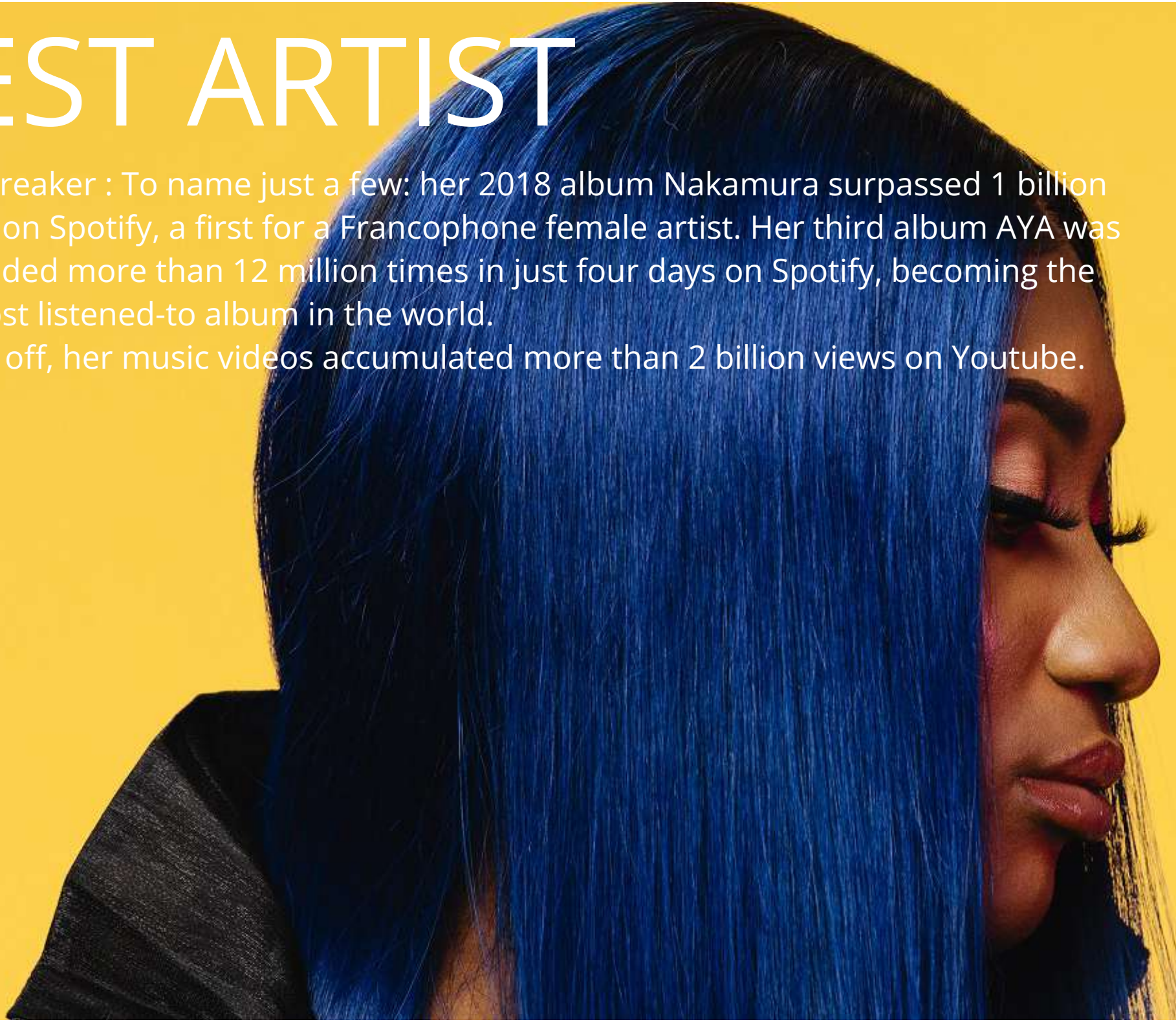
中村

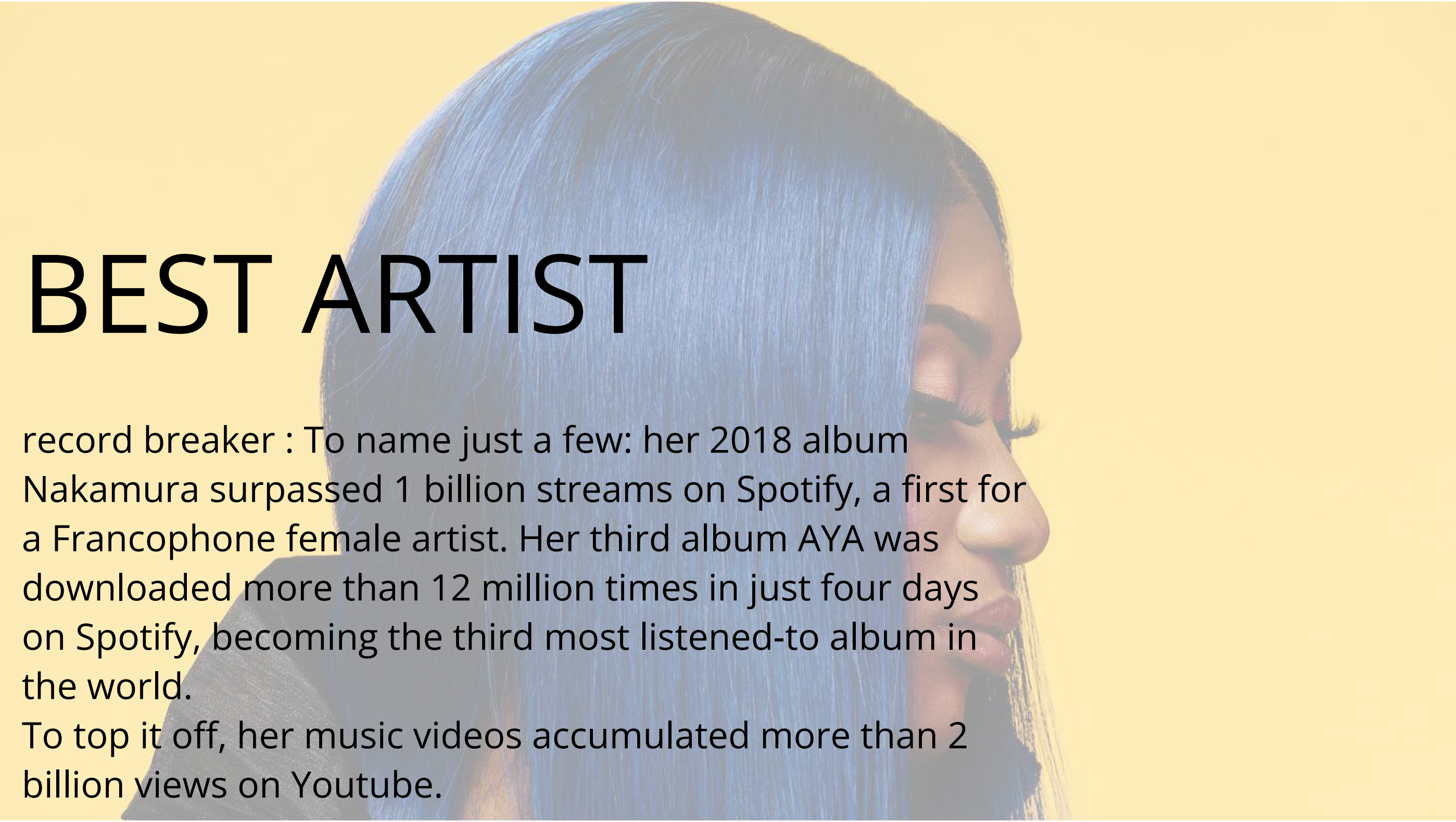


BEST ARTIST

record breaker : To name just a few: her 2018 album Nakamura surpassed 1 billion streams on Spotify, a first for a Francophone female artist. Her third album AYA was downloaded more than 12 million times in just four days on Spotify, becoming the third most listened-to album in the world.

To top it off, her music videos accumulated more than 2 billion views on Youtube.





BEST ARTIST

record breaker : To name just a few: her 2018 album Nakamura surpassed 1 billion streams on Spotify, a first for a Francophone female artist. Her third album AYA was downloaded more than 12 million times in just four days on Spotify, becoming the third most listened-to album in the world.

To top it off, her music videos accumulated more than 2 billion views on Youtube.



BEST ARTIST

record breaker : jul





1972

Royal Oak



With its steel case, octagonal bezel, "Tapisserie" dial and integrated bracelet, the Royal Oak overturned the prevailing codes in 1972 and took its rightful place as a modern icon.

1980

BIG BANG
ORIGINAL GOLD

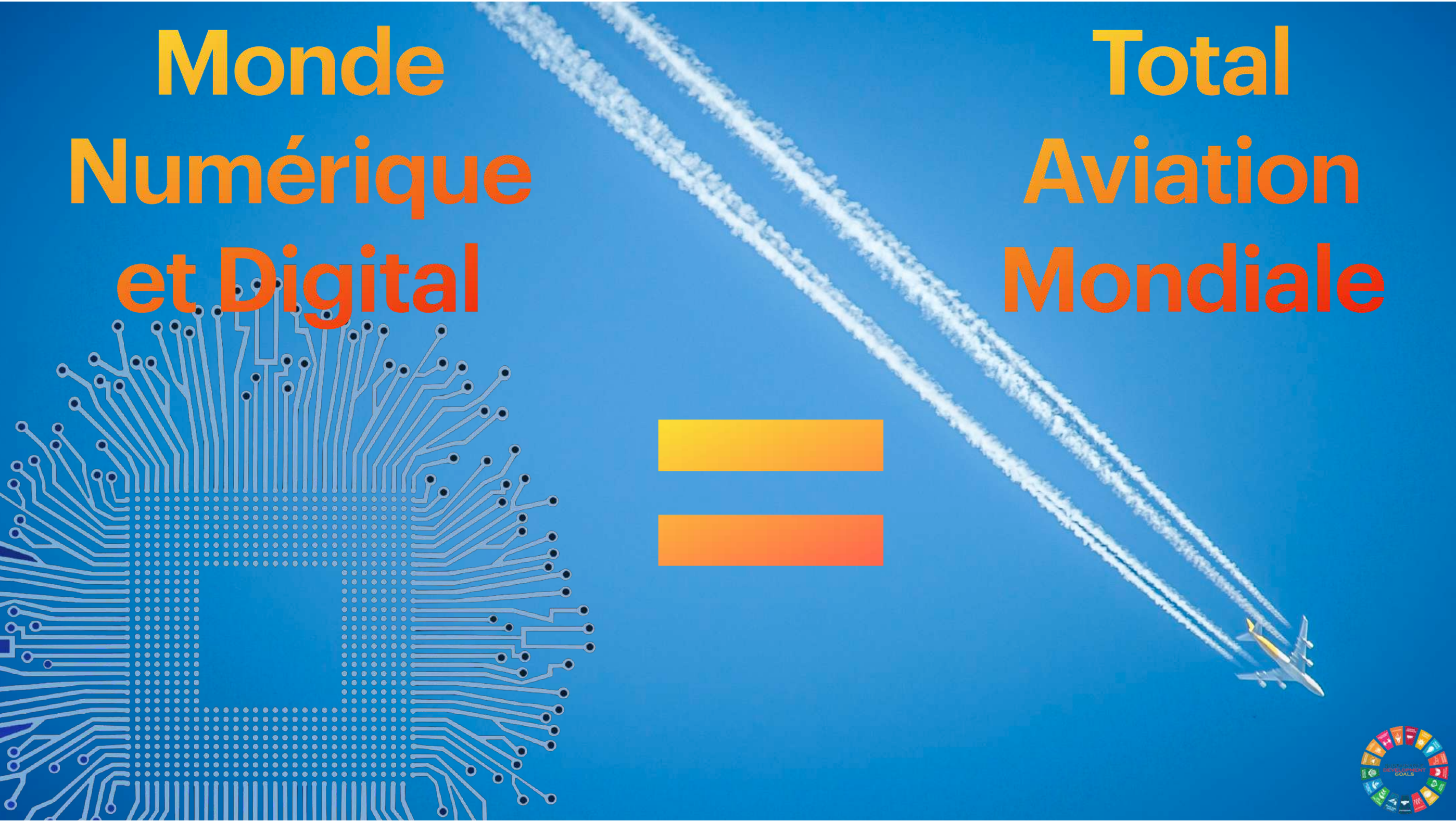
44 MM

EUR 36,200 *  



Monde Numérique et Digital

Total Aviation Mondiale

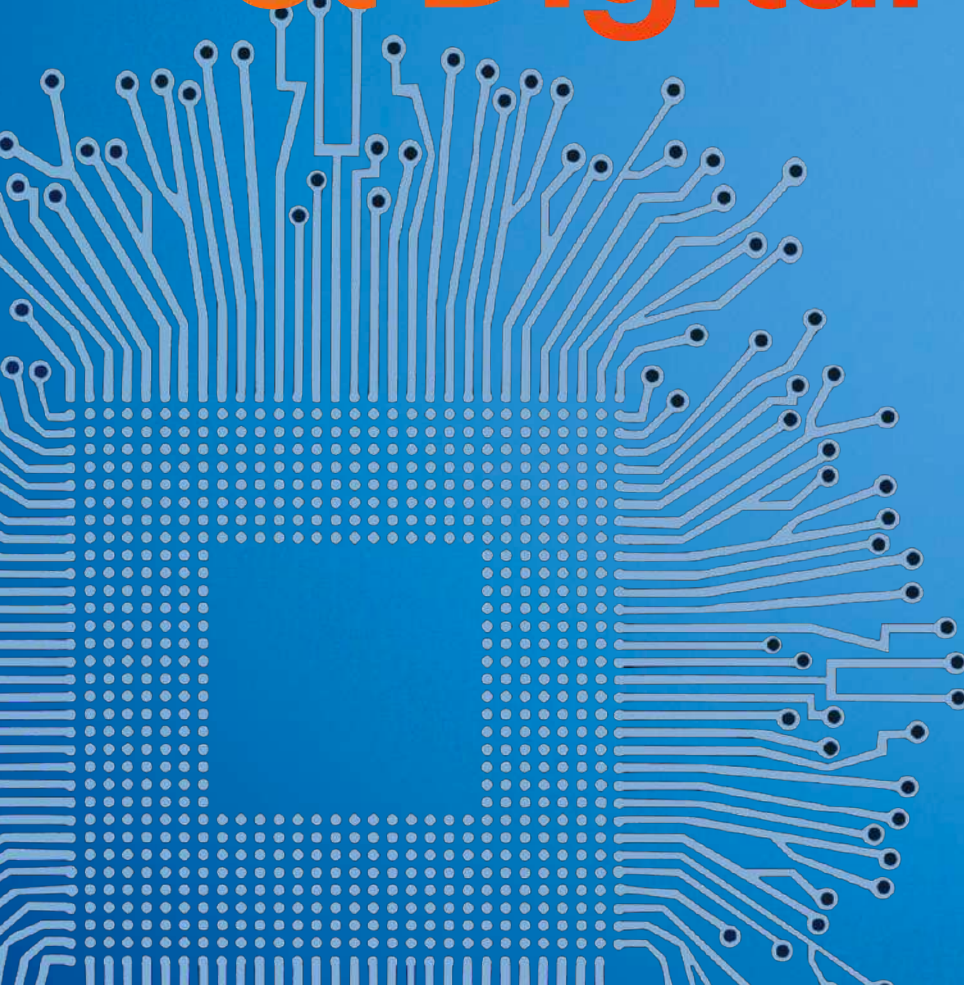


Monde Numérique et Digital

Total Aviation Mondiale



21







OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE



Build your future with a career at MindGeek

If you enjoy working in a fast paced environment and collaborating side by side with the industry's best talent, then we'd like to meet you.

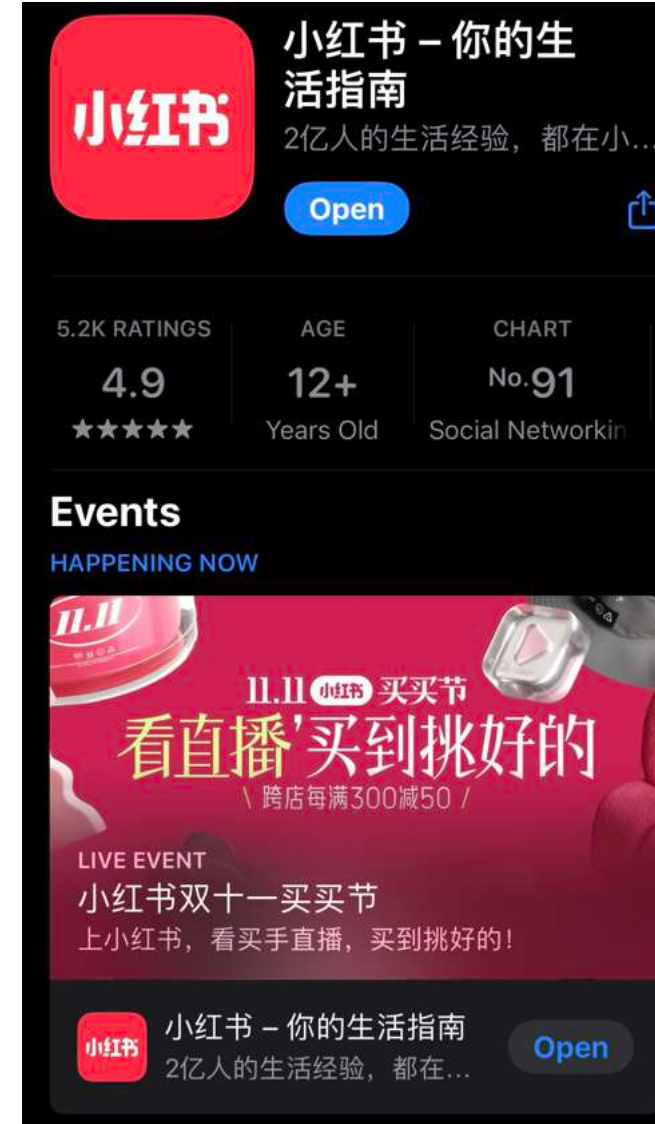
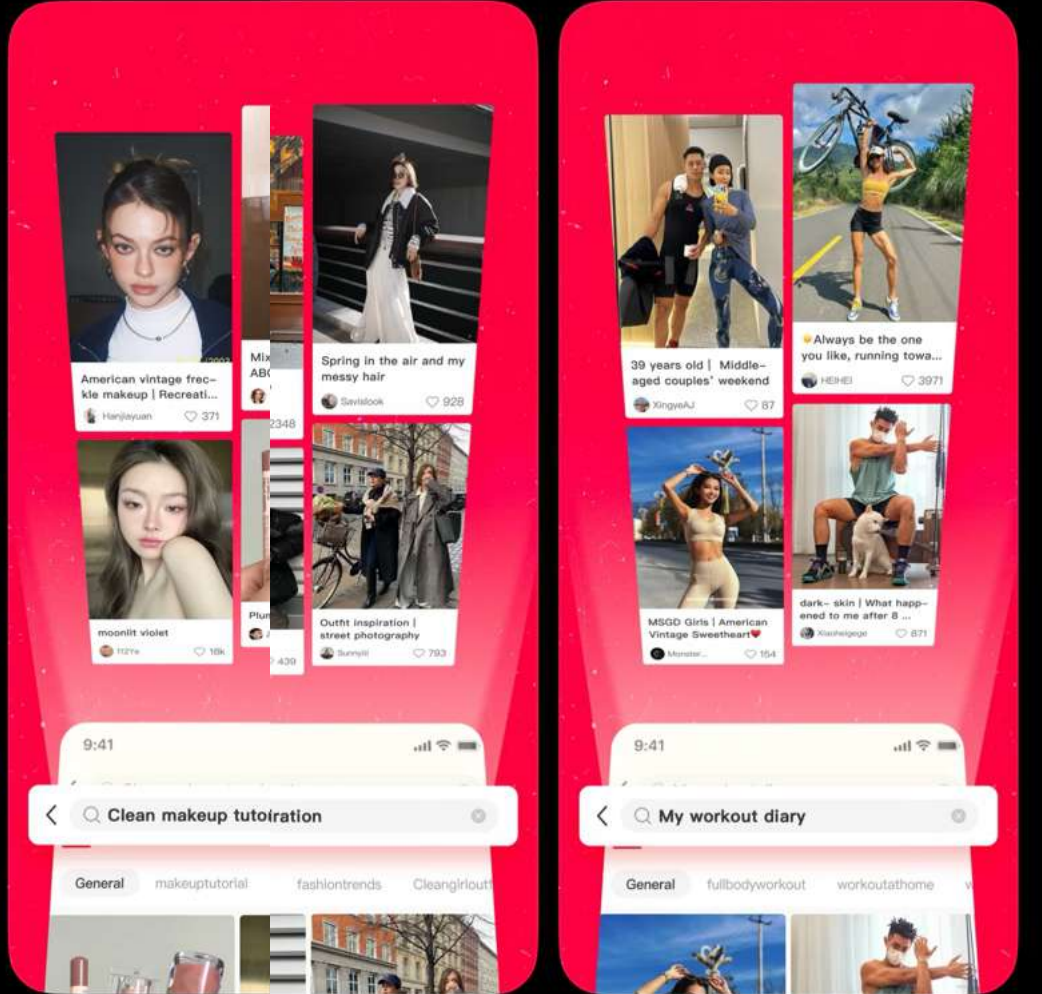
[Apply Now](#)

Quelle célèbre entreprise interdit l'usage de powerpoint dans les réunions internes, préférant un document écrit de 6 pages à lire au début de la réunion ?

Preview



Preview



RED for KOL
Little Red Book

XHS
XiaoHongShu
xiǎohóngshū

小红书



Clef de voûte

 S'abonner

DESCRIPTION

Apprentissages, méthodes, outils et conseils pour décoller en Product Management.

[Voir plus](#)

CPO
clé de voute
podcast
product manager



[Accède ici aux récaps écrits et à tous mes contenus \(+9000 abonnés\).](#)

[lire plus](#)



Propulsé par Ausha

[Mentions légales](#)

Clef de voûte



Laborie, CPO)

#76 - JobTeaser - Elle est CPO d'

00:24 / 58:22



Apple Podcasts



Spotify



Deezer



Podcast Addict



Google Podcasts



**CLEF
de VOUTÉ**

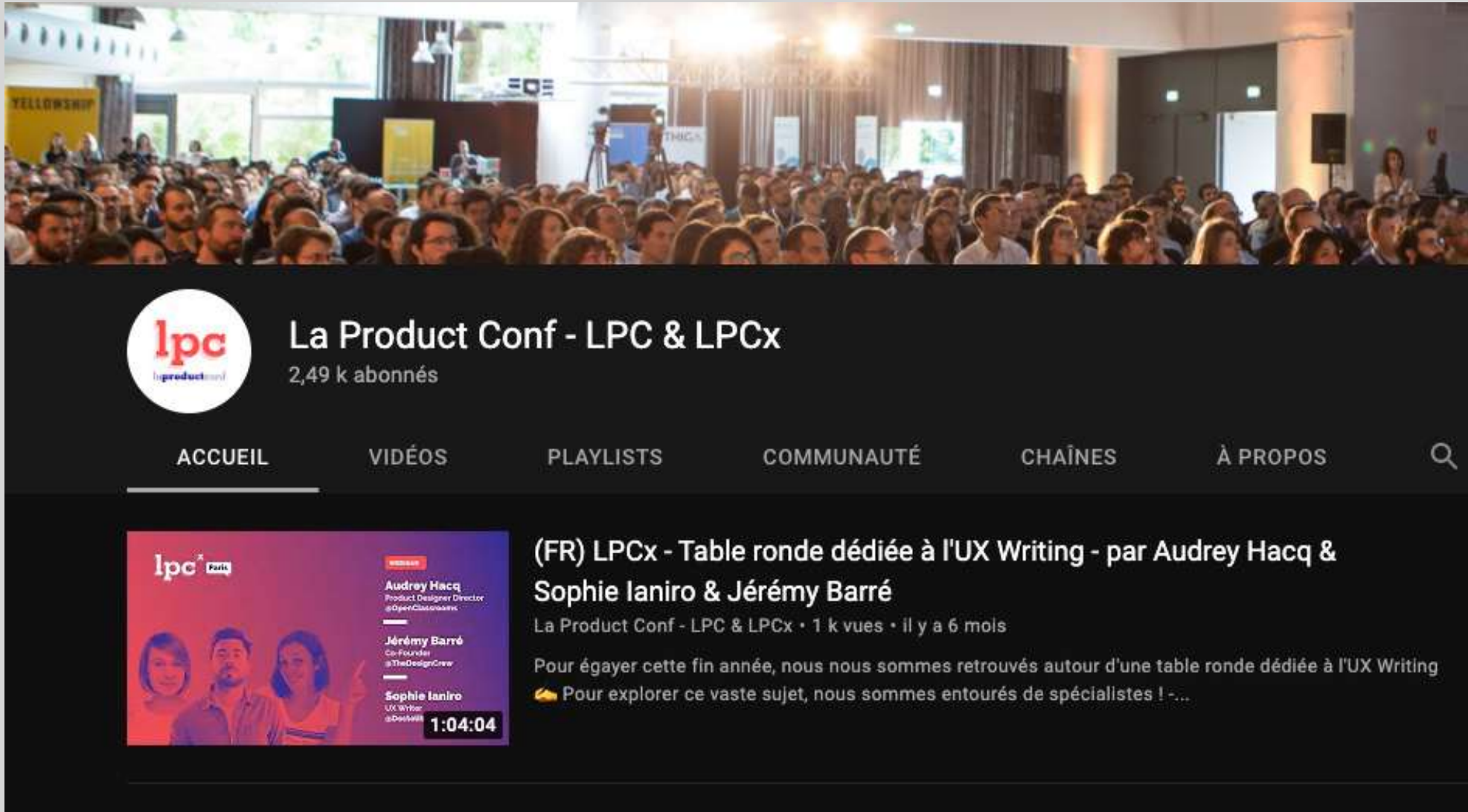
Powered by
stellar
wearestellar.io

CPO
clé de voute
podcast
product manager

www.
chefdeproduit
.com

<https://www.chefdeproduit.com/>





<https://www.youtube.com/c/LaProductConfLPCLPCx>

#prodconf



Mind the Product
14,3 k abonnés

S'ABONNER

ACCUEIL VIDÉOS PLAYLISTS COMMUNAUTÉ CHAÎNES À PROPOS

Vidéos en ligne ► TOUT REGARDER

Thumbnail	Title	Views	Published	Duration
	The Rise of Product Ops	384 vues	Diffusé il y a 2 jours	43:36
	ProductTank Exeter #13 - Teresa Torres - The What &...	457 vues	Diffusé il y a 1 semaine	1:02:21
	ProductTank Birmingham: Lessons from How we...	185 vues	Diffusé il y a 1 semaine	53:27
	ProductTank Sydney: Evangelising the Product...	205 vues	Diffusé il y a 1 semaine	1:01:20
	ProductTank João Pessoa - Product Backlog Building...	358 vues	Diffusé il y a 1 semaine	1:00:28
	PT London June - PM Careers	396 vues	Diffusé il y a 1 semaine	1:44:01

<https://www.youtube.com/channel/UCiT1BmYvOBsEvU9iw0076Sw>

#mtpcon

UX



UX

CX

EX

SX

UX > CX

*En nombre :
plus de user que de client*

CX > UX

*En qualité : plus de contact
avec les client*

UX $\Rightarrow$ *UE*

user engagement



Black Mirror
NOSEDIVE (S03E01)
Entire History of you (S01E03)
Passeport Social : note de confiance
4 millions pax CN



Your Social Selling Index

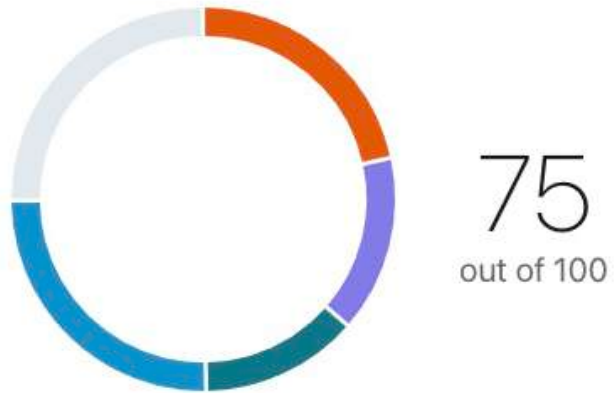
Top Industry SSI rank

1%

Top Network SSI rank

2%

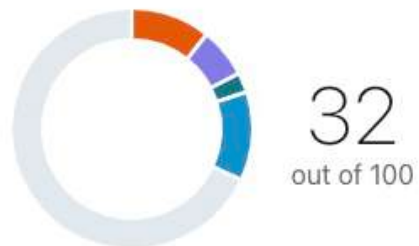
Current Social Selling Index ?



Four components of your score



People in your industry



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



People in your network have an **average SSI of 42.**

You rank in the **top 2%**

▲ Up 1% since last week



Hubert Kratiroff
CDO at CX-convers & public speaker





Hubert Kratiroff

CDO at C4C, MyConnecting





Hubert Kratiroff 

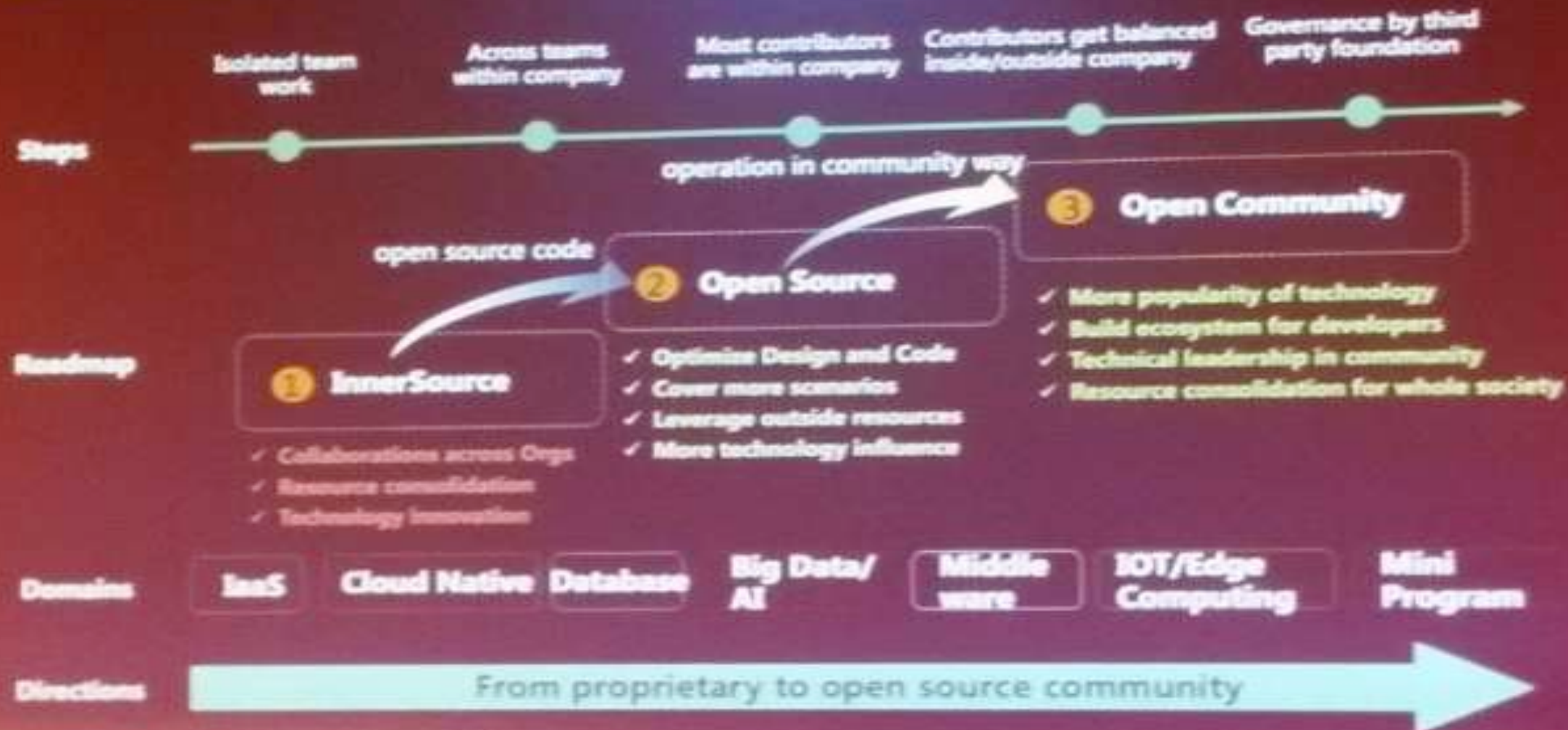
France



Scan the QR code to add me on WeChat

Tencent Opensource Roadmap

Tencent 腾讯 | 腾讯云



TenCent WeChat MiniProgram SDK opensource



Vin Cerf
Tim Berners-Lee
Metcalfe
Moore
Rifkin

TCP/IP
http
network
scaling
3IR

internet arpanet 1970 —> 81 (2 —> 213 ordi)

1969 TCPIP

email 1975

IN2P3 voice next cube mac os

cern tim berners le robert caillo 1989

Mozaik —> navigateur web 1993 image mise en page

Yann ikon iksi open chrome vs flash vs xml vs W3

Quiz : internet a 50 30 20 ans

Quiz : Web a 20 30 40 ans

Quiz : email a 20 30 40 ans

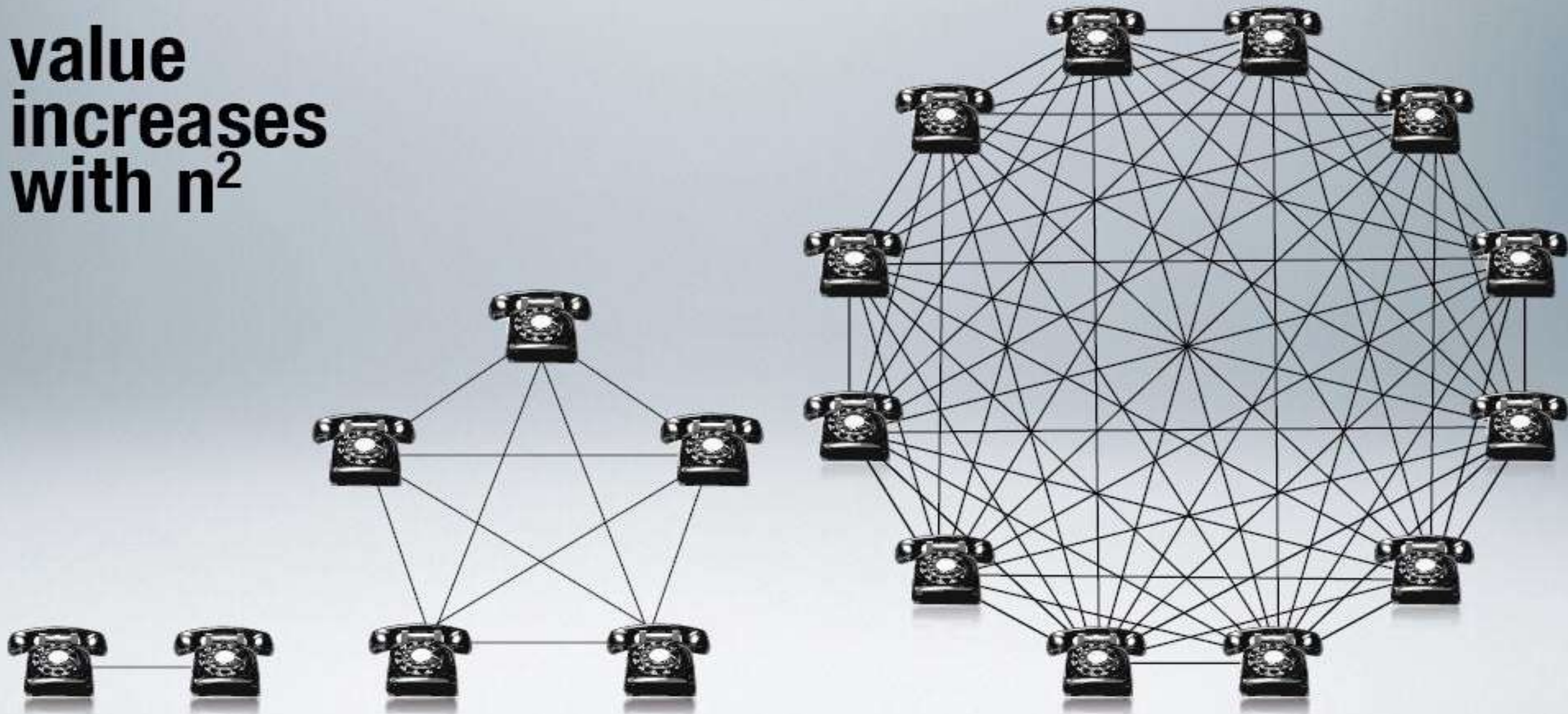
timeline

arpanet internet mail tcpip web html http mosaic mozilla firefox

APP

METCALFE'S LAW

value
increases
with n^2



"What makes *The Zero Marginal Cost Society* worth reading is its audacity, its willingness to weave a vast string of developments into a heurising narrative of what our economic future may hold for the generations to come." —*FORBES*

THE ZERO MARGINAL COST SOCIETY

THE INTERNET OF THINGS,
THE COLLABORATIVE COMMONS,
AND THE ECLIPSE OF
CAPITALISM

INTERNATIONAL
BESTSELLER

JEREMY RIFKIN

NEW YORK TIMES BESTSELLING AUTHOR OF
THE THIRD INDUSTRIAL REVOLUTION

Satochi Nakamoto

Vitalik Buterin

Pascal Gauthier

Nicolas Julia

Jensen Huang

Sam Altman

PNL JUL

**TELL ME
SOMETHING
I DON'T
KNOW!**

WITH STEPHEN J. DUBNER
Host of Freakonomics Radio

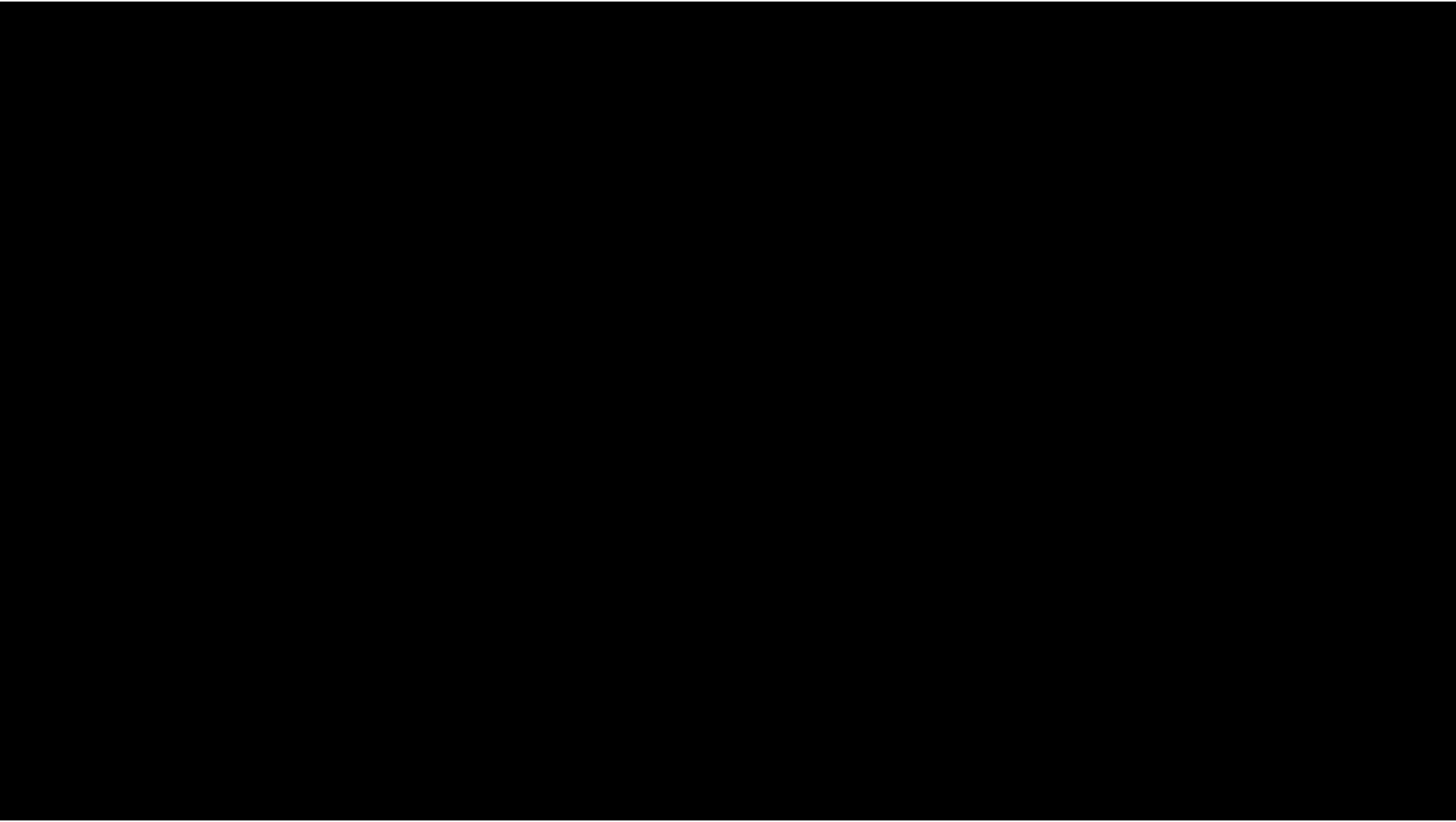


TMSIDK à propos du cours, des thèmes, des sujets, de l'innovation, des stratups et licornes, des technologies, des rôles models ...

(Note binaire : 0/1

Prévoir un plan B (si je connais le A) préparer un plan B et annoncez le A progressivement)

EP01



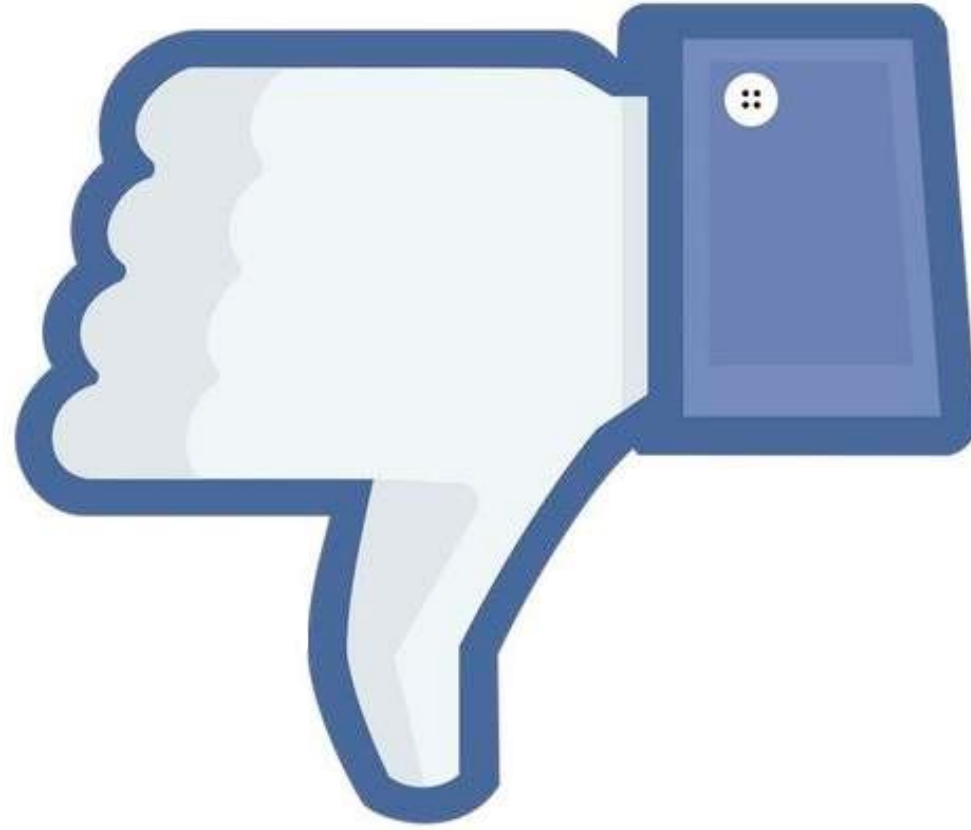


*“CEOs should focus on their products.
The financials come as a result.”*

ELON MUSK
CEO OF TESLA & SPACEX

T E S L A

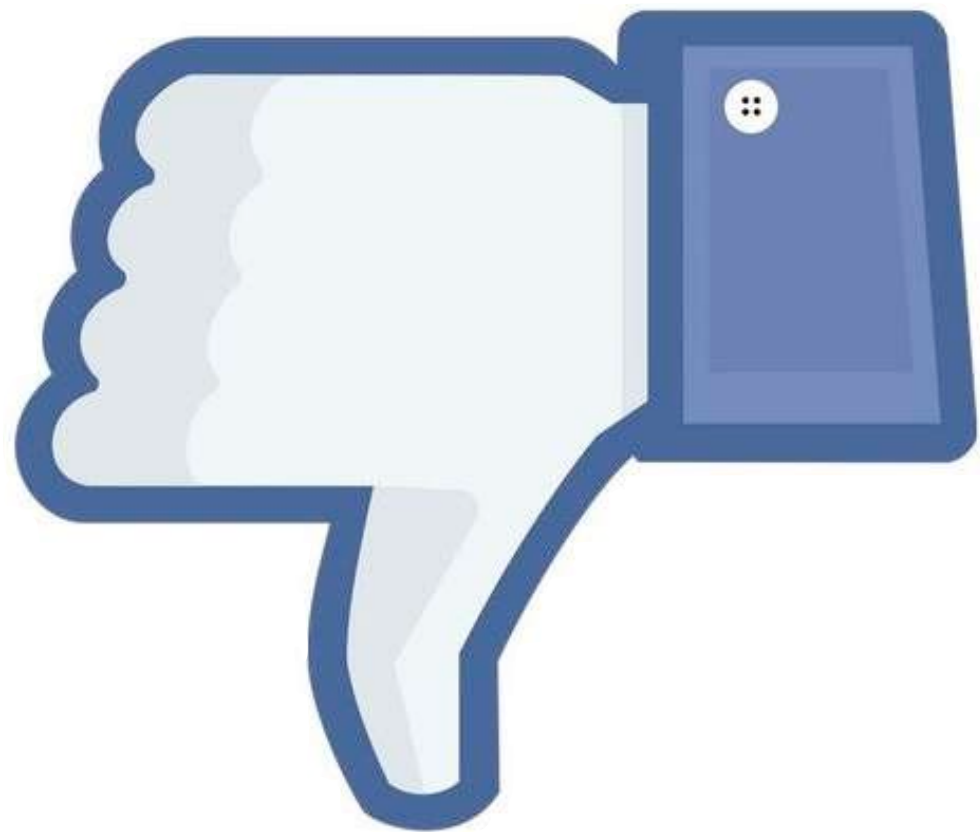
“



le marketing

”

“



”

le digital

The old way
is getting
old.



cycle

#digital**mindset**

LEÇON INAUGURALE : LES DÉFINITIONS DU MARKETING



COLLÈGE
DE FRANCE
—1530—

Méfiez-vous des recettes des années 60

- 4P de Jerome McCarthy (1960)
Produit - Prix - Promotion - Place
- 5B de Charles Kepner (1955): **BON** -
produit prix endroit moment quantité
- SWOT de Humphrey (1970)
- CAP Caractéristique Avantage Preuve
- cognitif / conatif / affectif
- SONCAS / AIDA





SWOT

VUCA

~~4P~~

M3 Modern Marketing Model

1. Strategy
2. Market Orientation
3. Customer insight
4. Brand & Value
5. Segmentation Persona
6. Positioning
7. UX / CX & content
8. Distribution
9. Promotion
10. Data & Measurement



DÉF

marketing
créer de la valeur

**pour l'entreprise,
le client,
et l'écosystème**

“ Créer de la valeur
pour les clients,
l'écosystème
et l'entreprise”

marketing

**créer de la valeur
pour l'écosystème,
le client et
l'entreprise**







“**MARKETING**
IS NO LONGER ABOUT
the stuff you make
BUT ABOUT THE
STORIES
you tell.”

- Seth Godin

« meeting needs
profitably »

*Philip Kotler
(2006 12^{ème} édition de Mkt Mgt)*

The best marketing strategy ever :

« CARE »

Gary Vaynerchuk

Stop selling. Start helping

Zig Ziglar

FKLG.

bref. j'fais des webinars.



“your
happiness
is my
business”



*Aphorisme de
hubertkratiroff*

Inspiré par Gérard Pélisson & Paul Dubrulle

*1/
marketing de
l'offre*

**Offre initiale (solution)
Problème résolu
Persona
Carte empathie
Value proposition
Offre finale
Distribution**

Persona

Carte empathie

Problèmes réels

Value proposition

Offre

(solution qui résout le problème)

Distribution

2/

marketing de la demande





From

To

**MAKING
PEOPLE
WANT
THINGS**

>

**MAKING
THINGS
PEOPLE
WANT**

TIM BROWN

"Don't find customers
for your products,
find products
for your customers"



Seth Godin



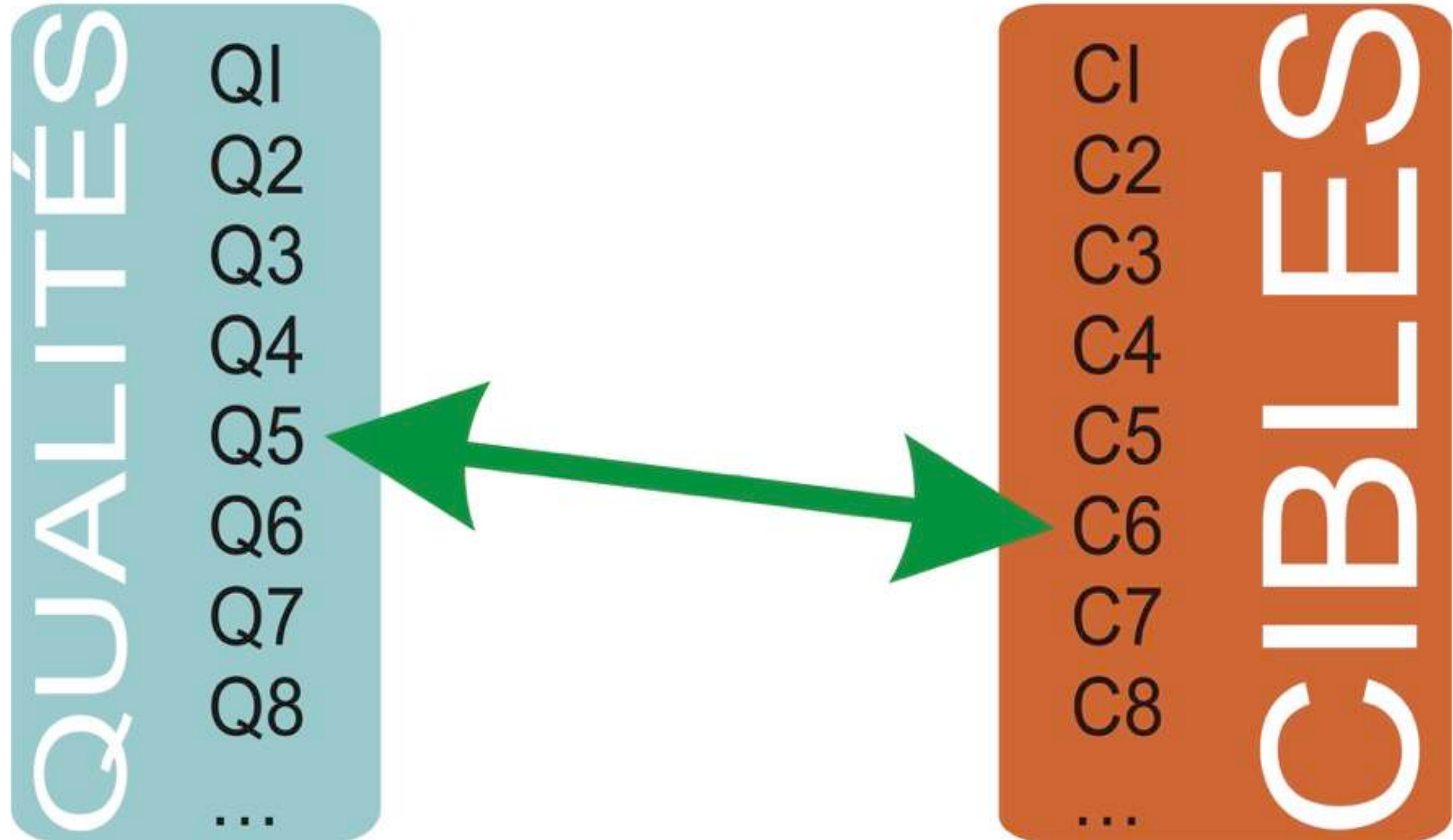
soitec

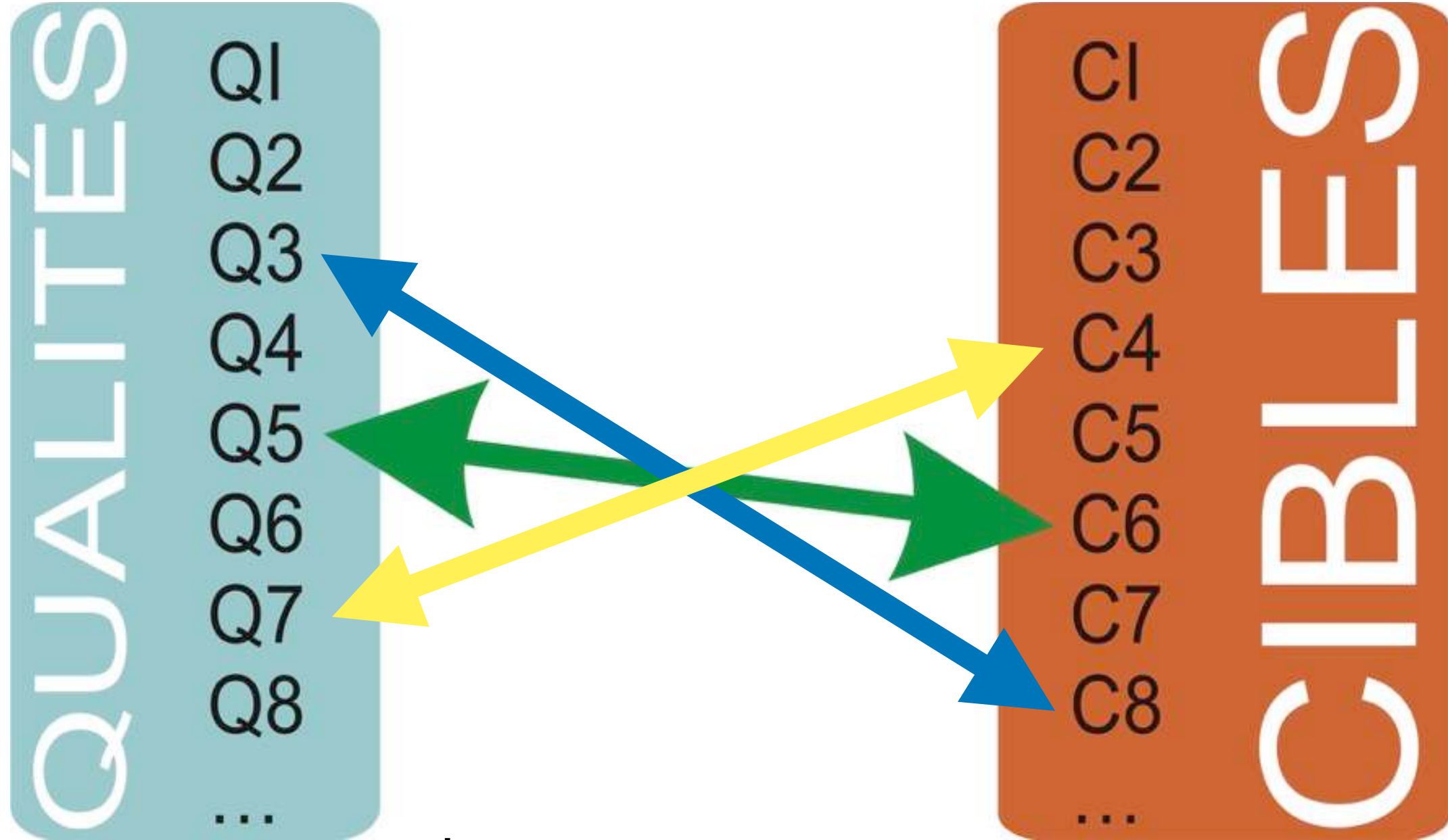
*Discipline reine du
marketing*

=

Positionnement

POSITIONNEMENT BIJECTIF





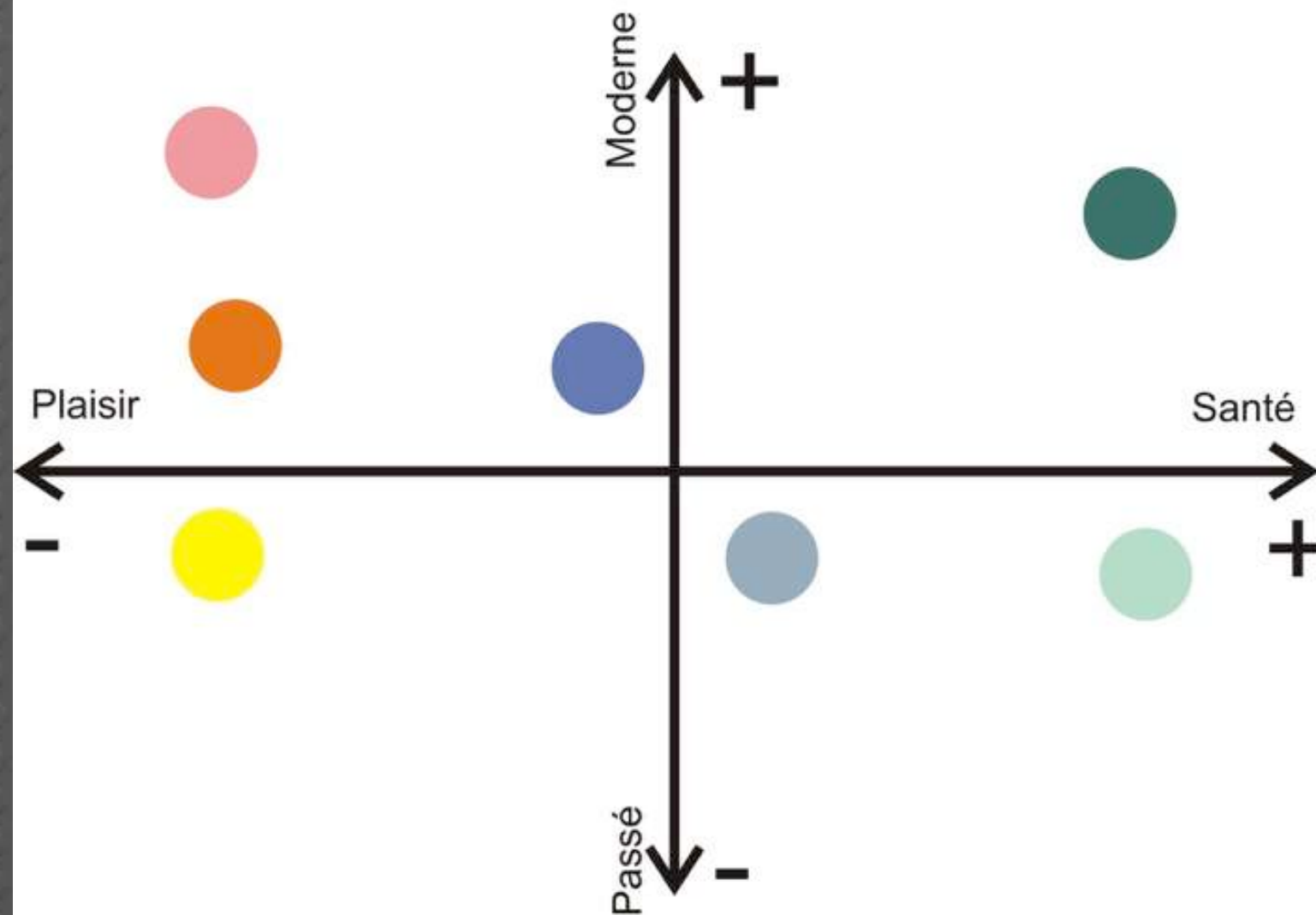
3 produits - 3 marques
3 propositions de valeur $\neq$

Segmentation, ciblage, positionnement

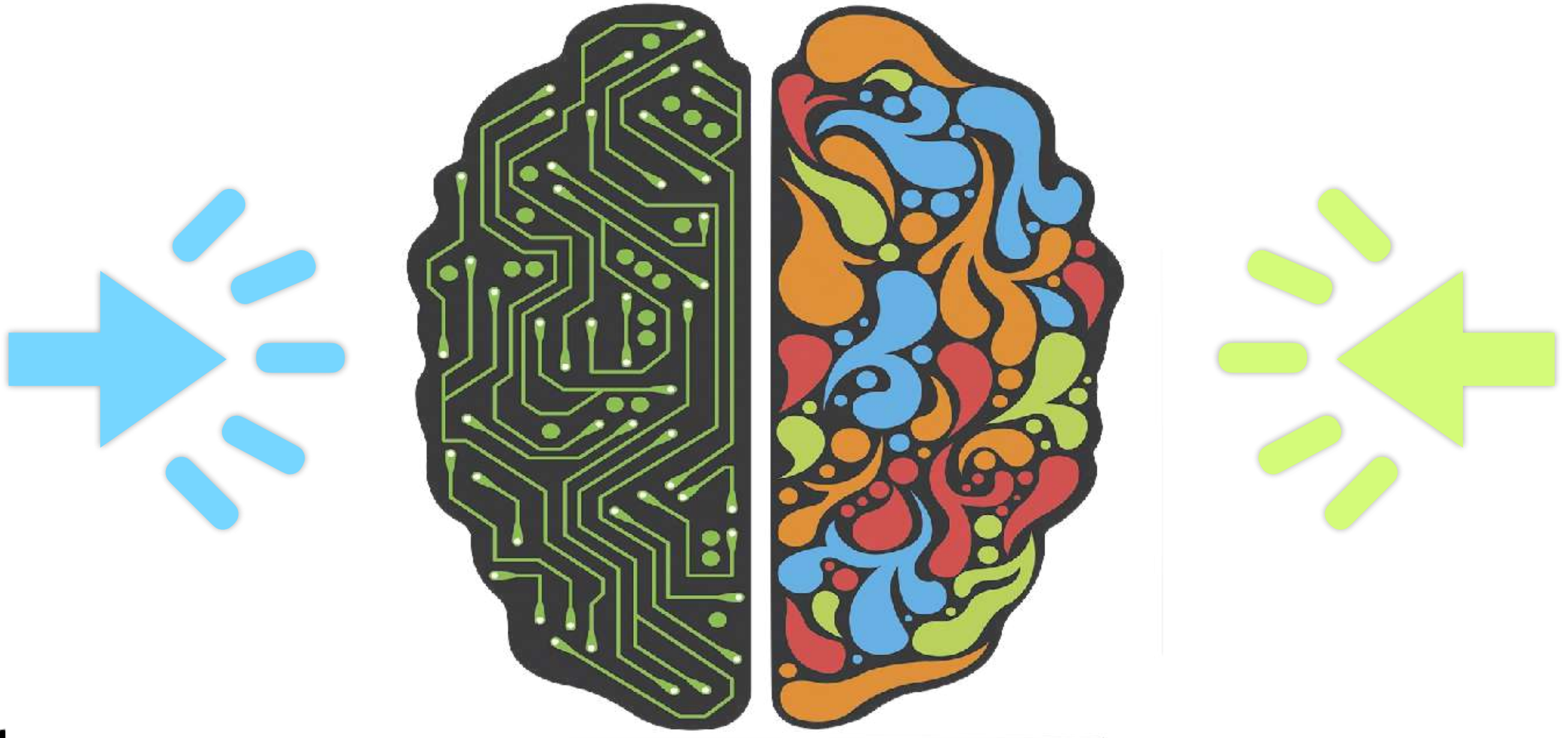


MAPPING

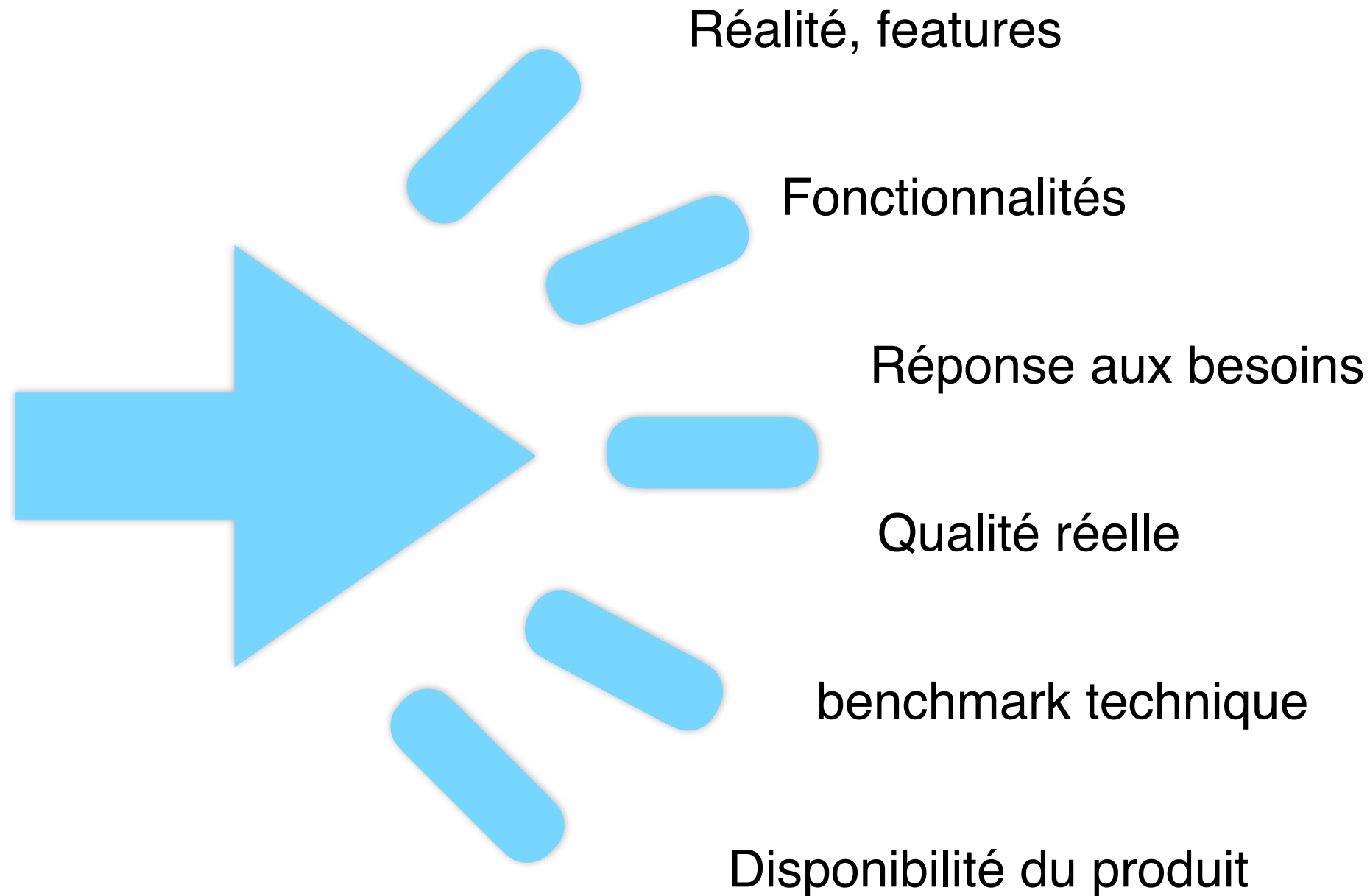
Analyse multidimensionnelle



Satisfaction objective / subjective

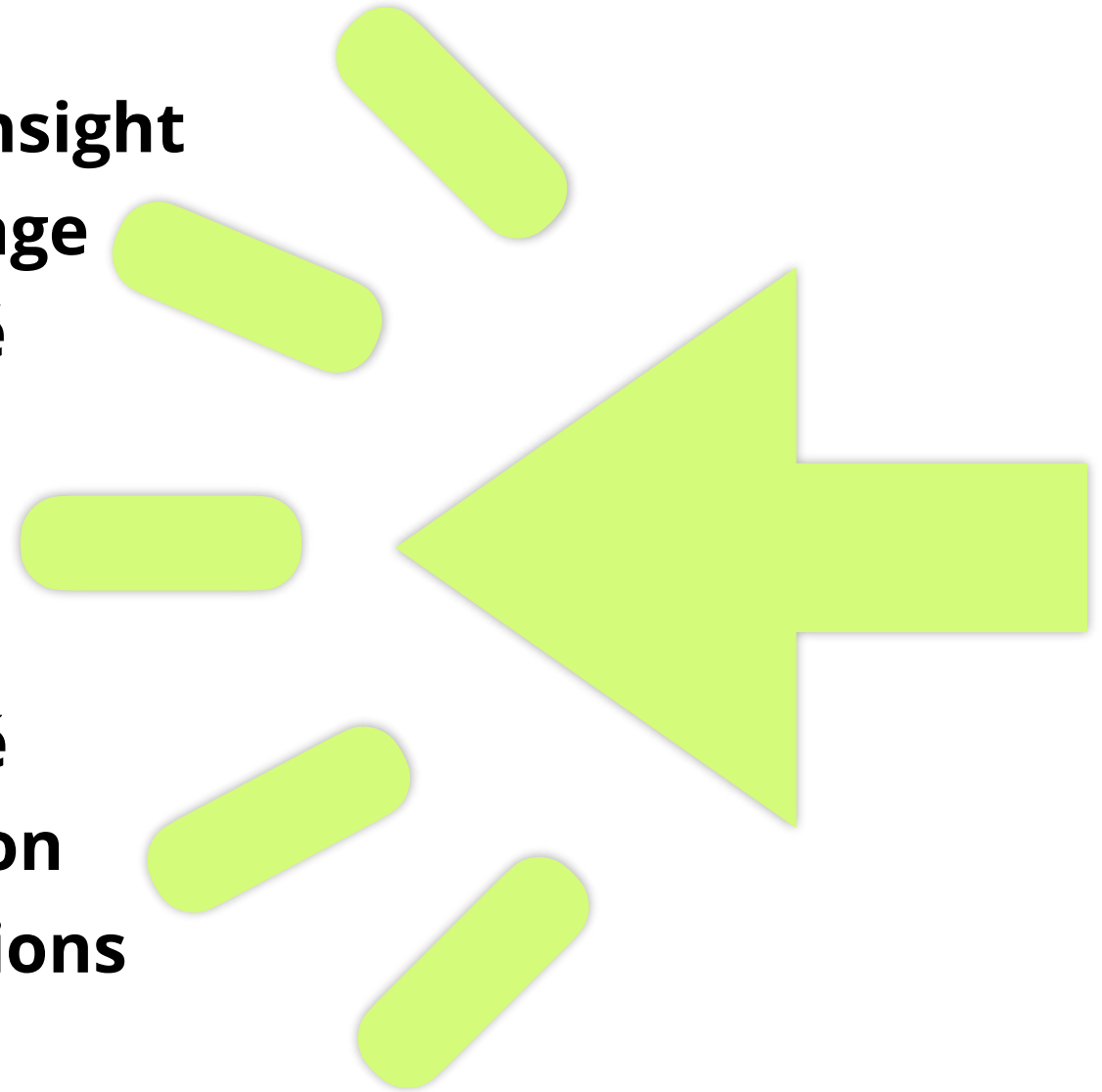


Satisfaction objective (cerveau gauche)



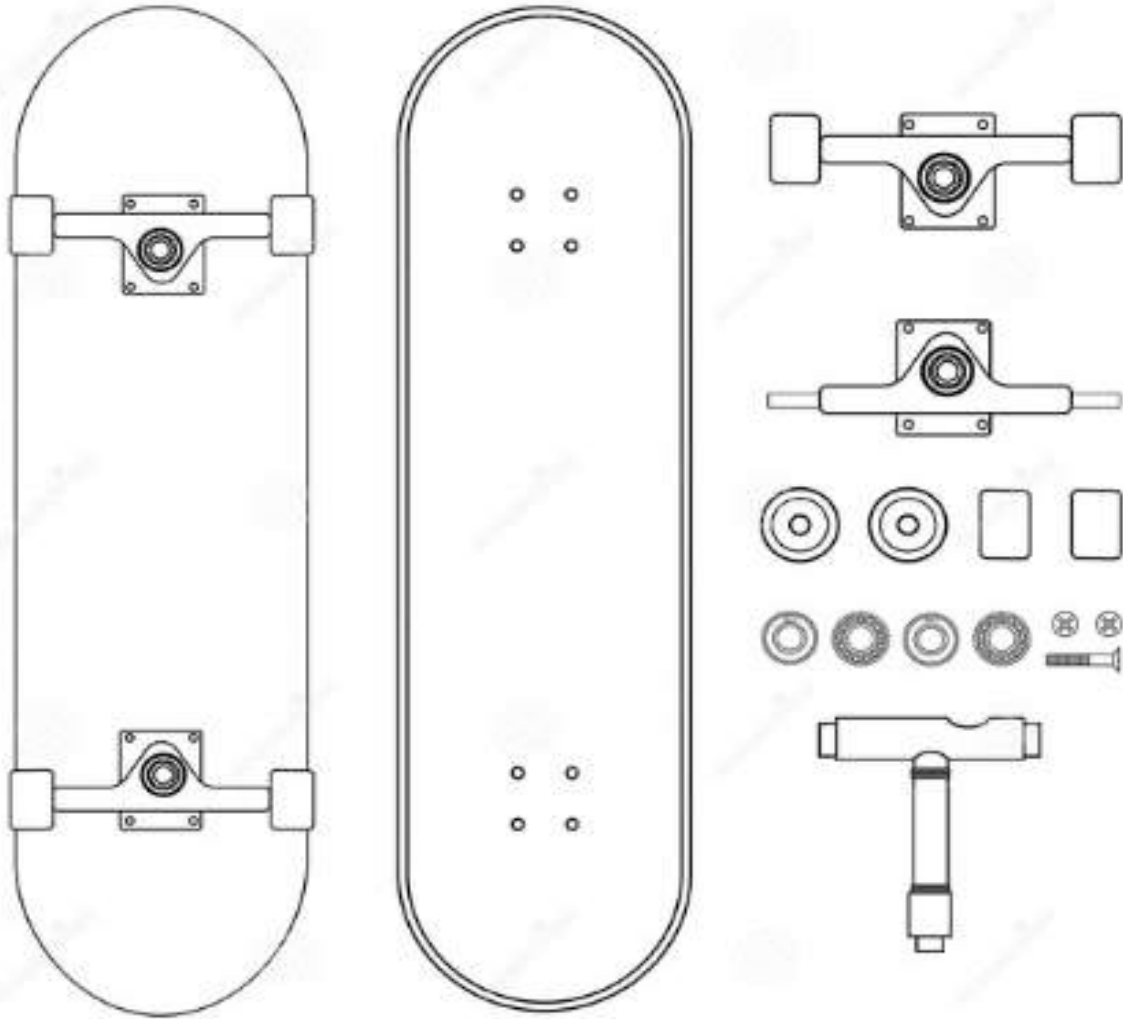
Satisfaction subjective (cerveau droit)

Perception
Insight
Image
Notoriété
Qualité perçue
Perception du prix
Appartenance (sentiment d')
Buzz/viralité
Recommandation
Réponse aux attentes et motivations



Why we buy: Features vs *Jobs*

Even though people buy this...



...they **really** want this



VALEUR RÉELLE



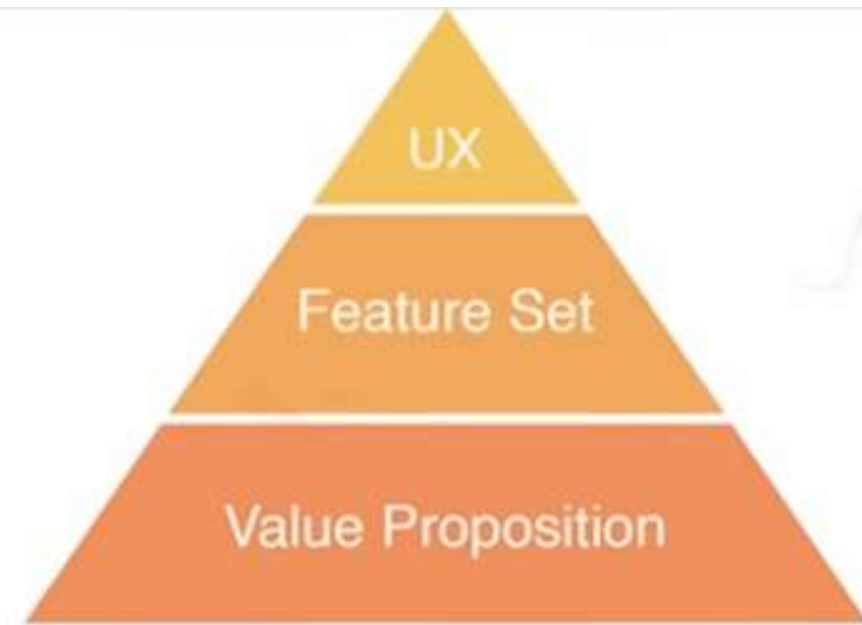
VALEUR PERÇUE



PROBLÈME DE COMMUNICATION



Product:



Market:



Création de valeur user
Satisfaction client
Value proposition
VOC
PainPoint removal
-Pain +Sweet

SOCIAL IMPACT



Self-transcendence

LIFE CHANGING



Provides hope



Self-actualization



Motivation



Heirloom



Affiliation/
belonging

EMOTIONAL



Reduces anxiety



Rewards me



Nostalgia



Design/
aesthetics



Badge value



Wellness



Therapeutic value



Fun/
entertainment



Attractiveness



Provides access

FUNCTIONAL



Saves time



Simplifies



Makes money



Reduces risk



Organizes



Integrates



Connects



Reduces effort



Avoids hassles



Reduces cost



Quality



Variety



Sensory appeal



Informs

SATISFACTION OBJECTIVE  SELON
NIETZSCHE APOLLINIEN 

RATIONNEL

SENS

RÈGLES

ORDRE



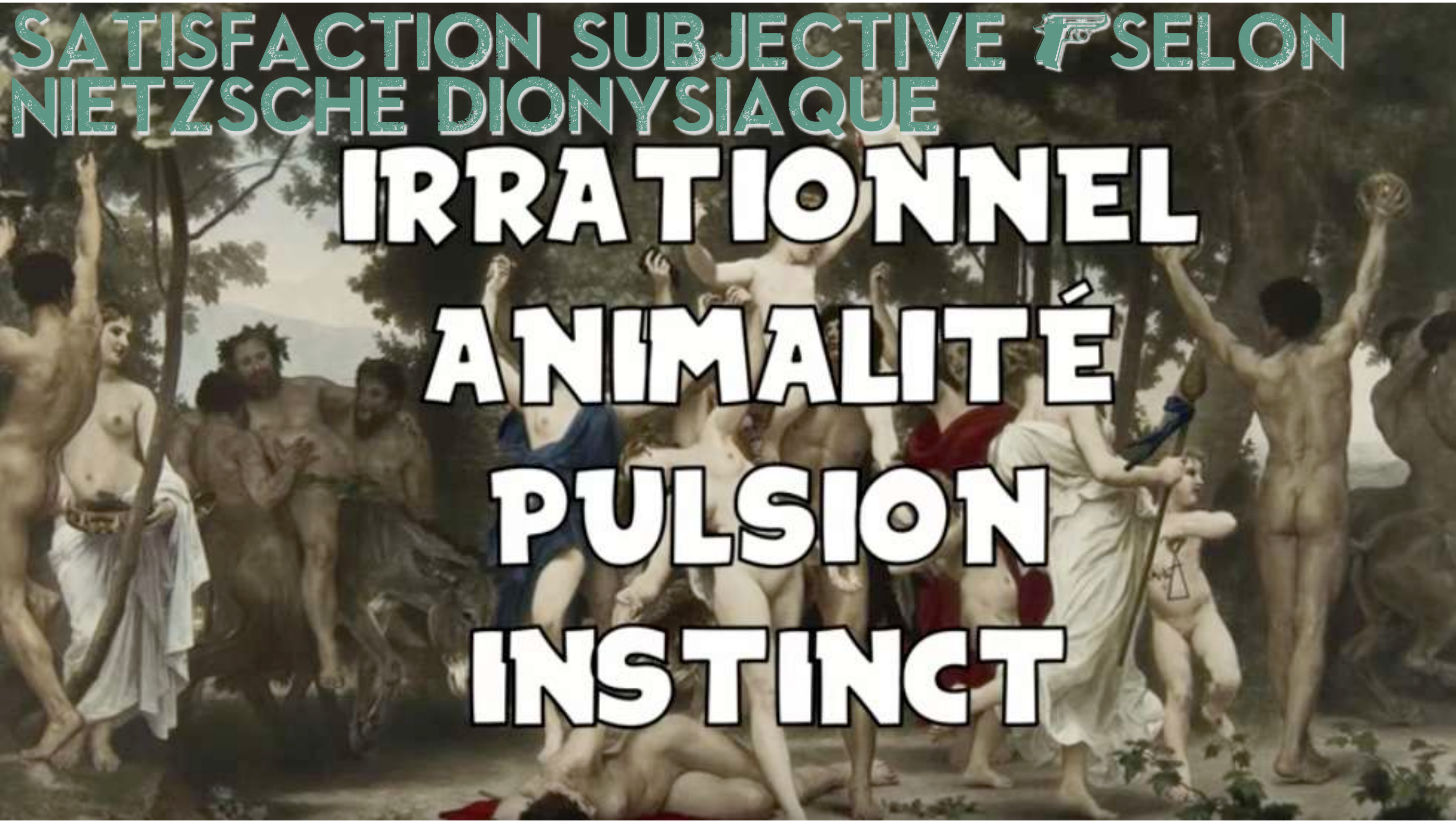
SATISFACTION SUBJECTIVE  SELON
NIETZSCHE DIONYSIAQUE

IRRATIONNEL

ANIMALITÉ

PULSION

INSTINCT



Key TakeAways

ce qu'il faut retenir

Adresser
une qualité
à une cible



Célèbrissime Ford Model T : à la fois modèle d'innovation et source des maux
Exceptionnellement en rouge, contrairement à l'aphorisme de Henry *

Décomposition / Classification du marketing



1

Philosophique
vision

0
-

2

Stratégique
long terme PM + BP

4
0

3

Opérationnelle
court terme PA

3
26

Philosophie

- 1. Consommateur au centre**
- 2. Démocratie marketing**

consumer focus
(customer obsession)

Marketing STRATÉGIQUE

Couple produit / marché

Fondamental du marketing

Sert de base à Ansoff

Sert de base au positionnement

Principe de la segmentation

Outil de réflexion universel

Marchés / Clients

existants

nouveaux

fidélisation

intensif

extensif

diversification

existants

nouveaux

Produits / Services / Offres

Marketing Opérationnel

=

26 moyens en 3 catégories EN FUSION
Digital vs. Classique vs. Trade

Marketing Opérationnel

26

M Mix

10

Trade / Retail Media

8

Digital M

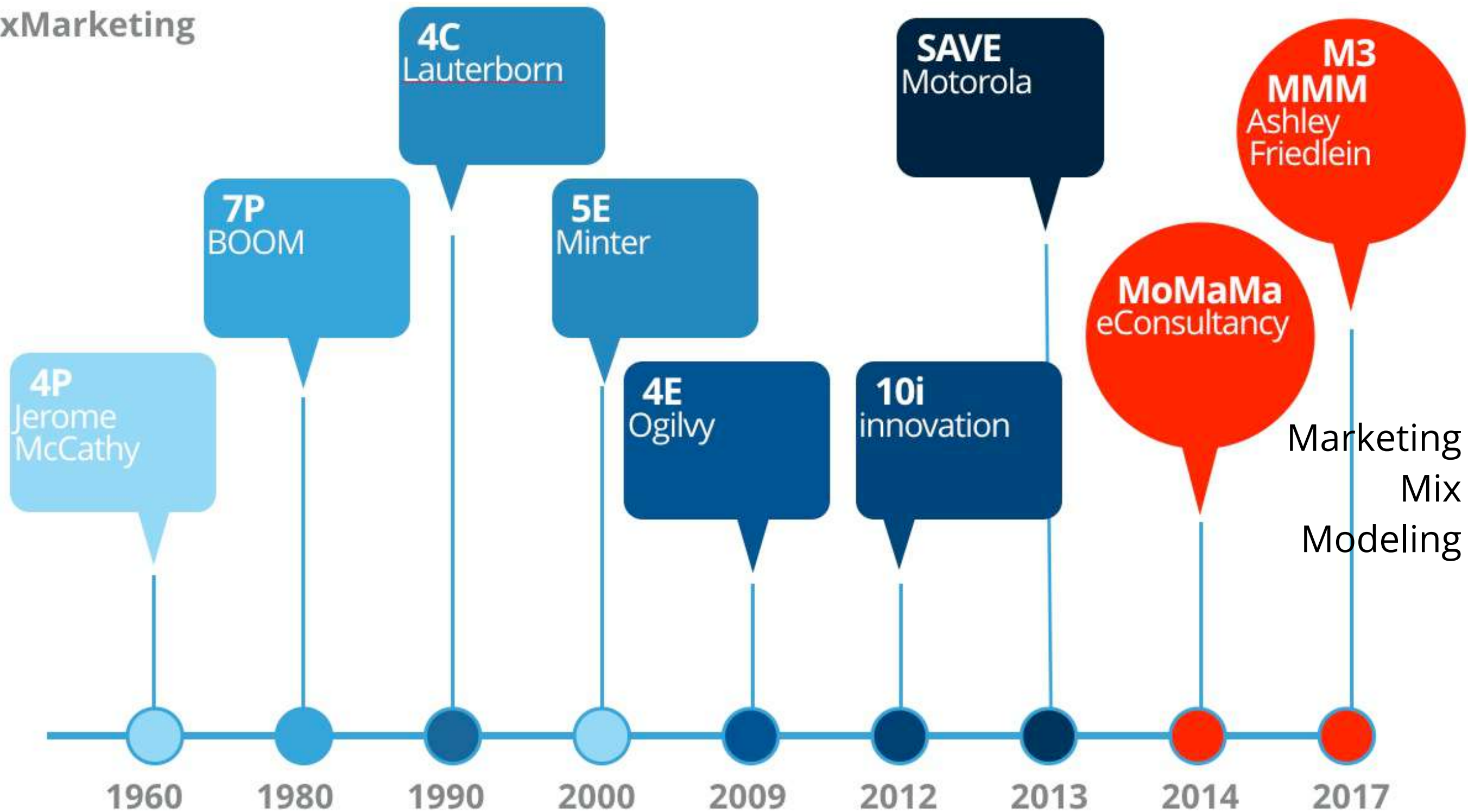
8

M3 Modern Marketing Model

1. Strategy
2. Market Orientation
3. Customer insight
4. Brand & Value
5. Segmentation Targeting
6. Positioning
7. UX / CX & content
8. Distribution
9. Promotion
10. Data and Measurement



MixMarketing



Marketing

E

4P

Jerome
McCathy

1960

MIX mmm



Trade/Retail marketing

- 1. FDV**
- 2. Retail Media**
- 3. PIM Product Info Management**
- 4. CGV, EDI, SCM & LOGistique (process)**
- 5. COPromotion, comarketing, coadv**
- 6. LOBbying / Public Relation**
- 7. MERchandising / DOOH**
- 8. Learn Marketing**

Digital Marketing

- 1. Web Management**
- 2. Data & Research management**
- 3. Référencement (SEARCH)**
- 4. Strategie (M/s/w)**
- 5. Commerce (M/s/w)**
- 6. Publicité (M/s/w)**
- 7. ...**
- 8. ...**

Digital Marketing (BIS)

- 1. Web Management**
- 2. Data & Research management**
- 3. Référencement (SEARCH)**
- 4. Web (Strat, com, pub...)**
- 5. Mobile (Strat, com, pub...)**
- 6. Social (Strat, com, pub...)**
- 7. Metavers (Strat, com, pub...)**
- 8.**

Country

Category

Reviews

Rating

Revenue

Employees

Year

Stack Builder Page

11038 found

Advertising and Promotion

Display & Programmatic Advertising 299

Content and Experience

Content Marketing 578

Social and Relationships

ABM 28

Call Analytics & Management 172

Commerce and Sales

Retail, Proximity & IOT 207

Data

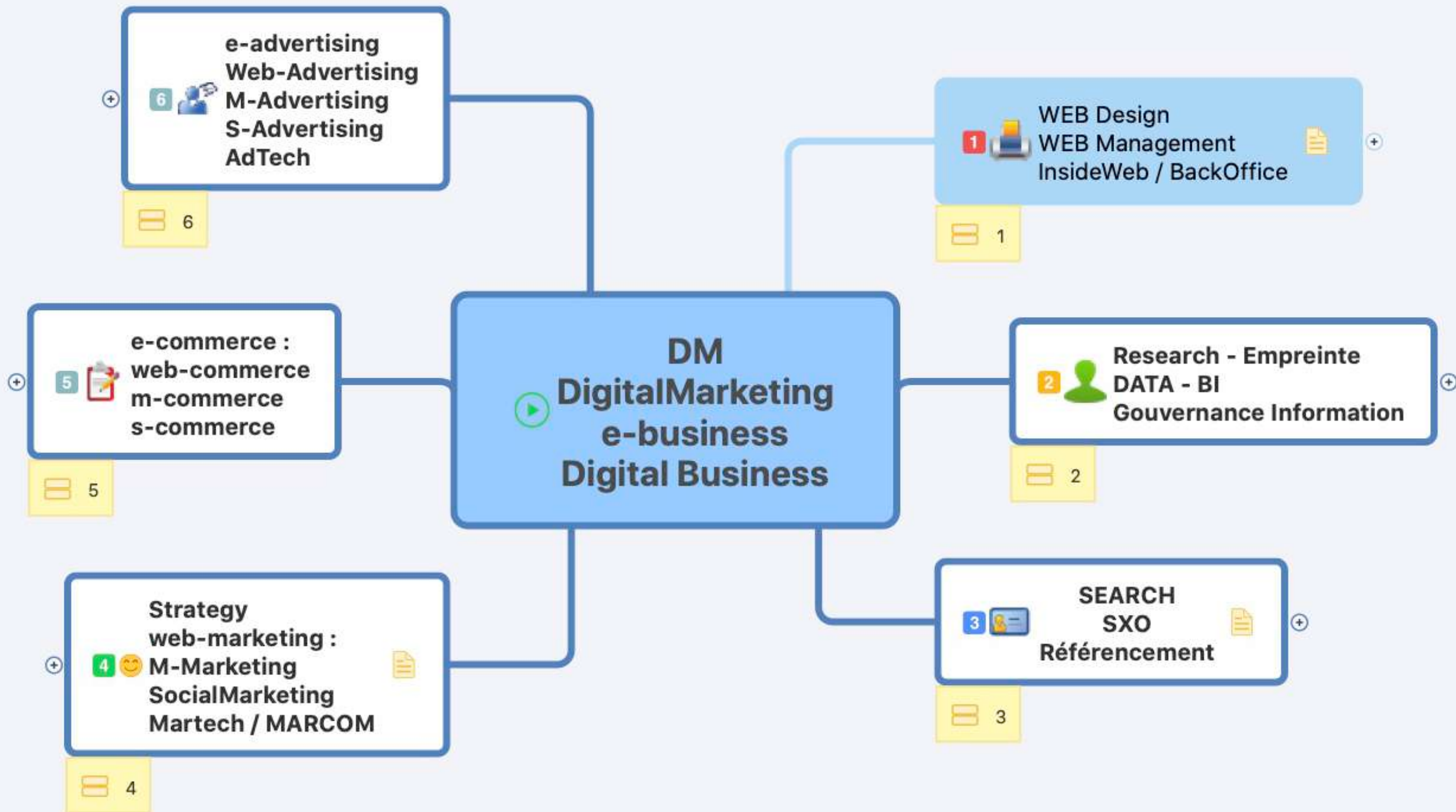
Marketing Analytics Performance & Attribution 141

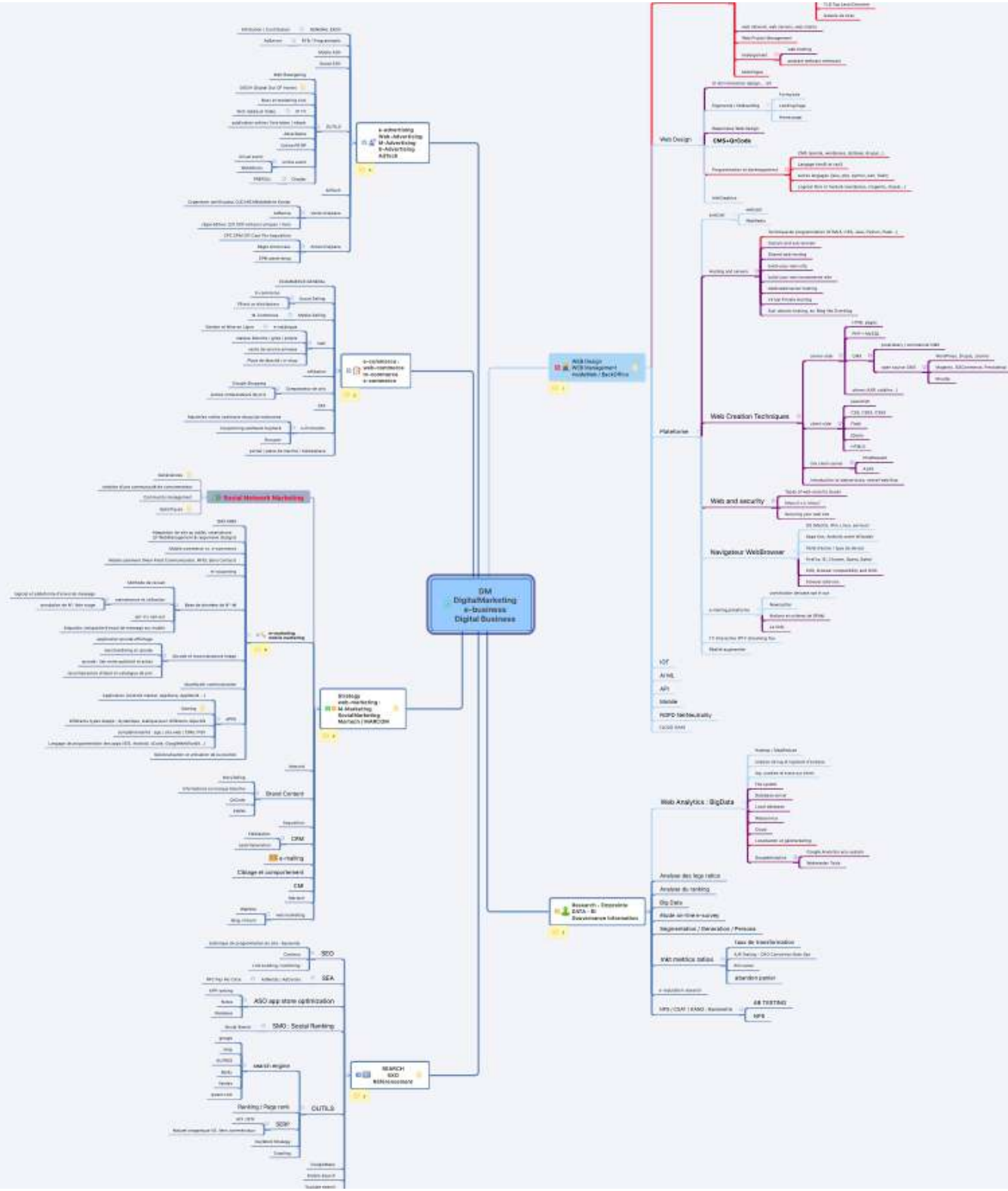
Management

Agile & Lean Management 50

Collaboration 972

Digital Marketing





An overview of the key elements of content marketing

A seven-step guide to success

- | | | |
|--|--|--|
|  Strategy |  Platform |  Sharing Triggers |
|  Format |  Metrics |  Checklist |
|  Content Type |  Goals | |

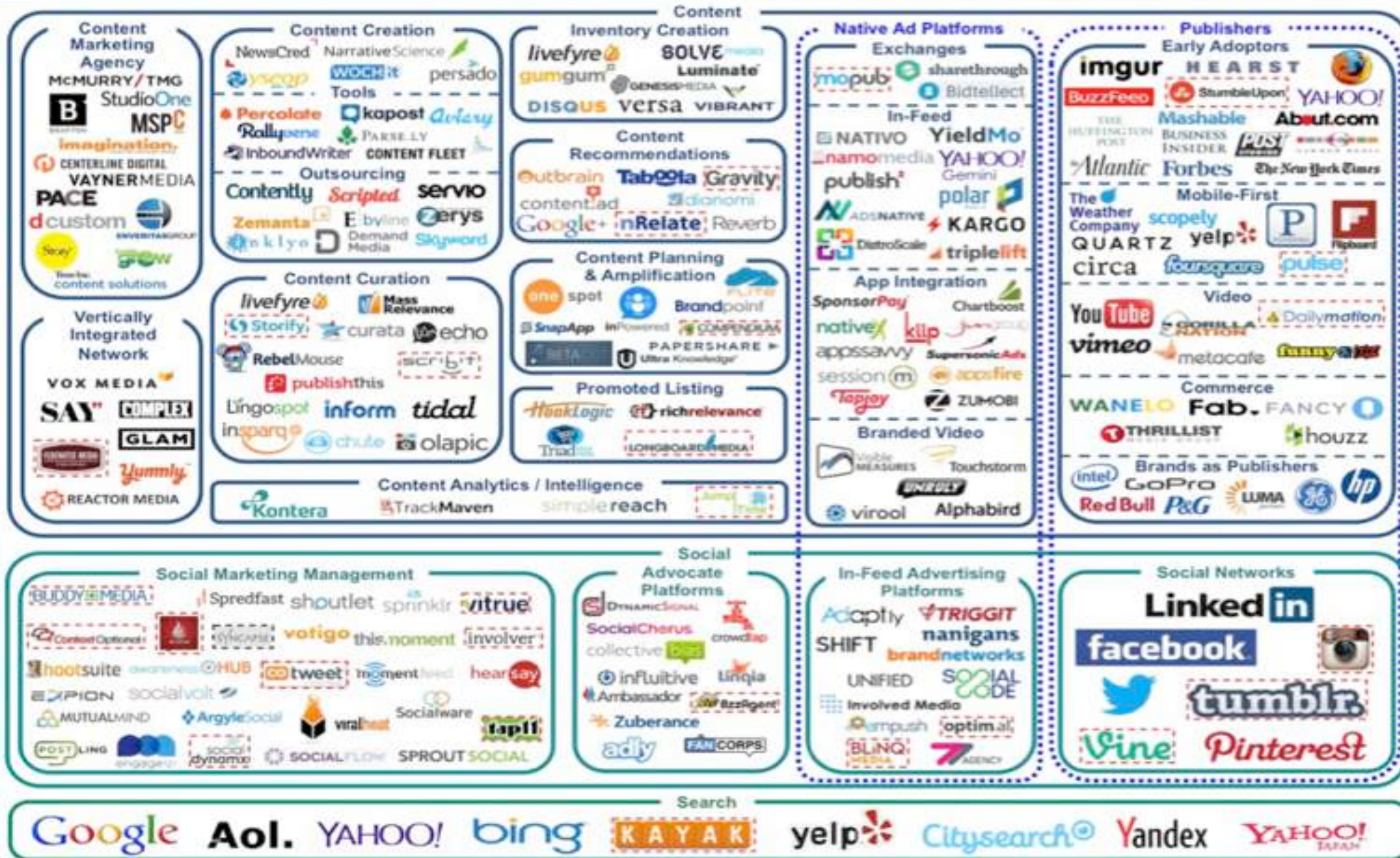
107	108	109	110	111	112	113	114	115	116	117	118	119
Fu Funny	Sx Sexy	Sg Shocking	Mv Moving	Un Unbelievable	Cv Controversial	Co Cool	Ig Illuminating	Rd Random	Zg Zeitgeist	Aw Cute	Up Uplifting	Di Disgusting
120	121	122	123	124	125	126	127	128	129	130	131	132
Sq Search queries	Se Search optimisation	Ce Copy editing	Fm Formatting	Hd Headline optimisation	Tv Tone of voice	Gd Brand guidelines	Pe Plain English	Do Device optimisation	Fc Fact-checking	Cd Credit sources	Ct Calls to action	Fd Invite feedback

Copyright Econsultancy Ltd



CONTENT MARKETING / NATIVE LUMAscape

MARKETER



CONSUMER

UX

physique

face à face
téléphone

web

web1 2

web3

mobile

in APP

push

sociale

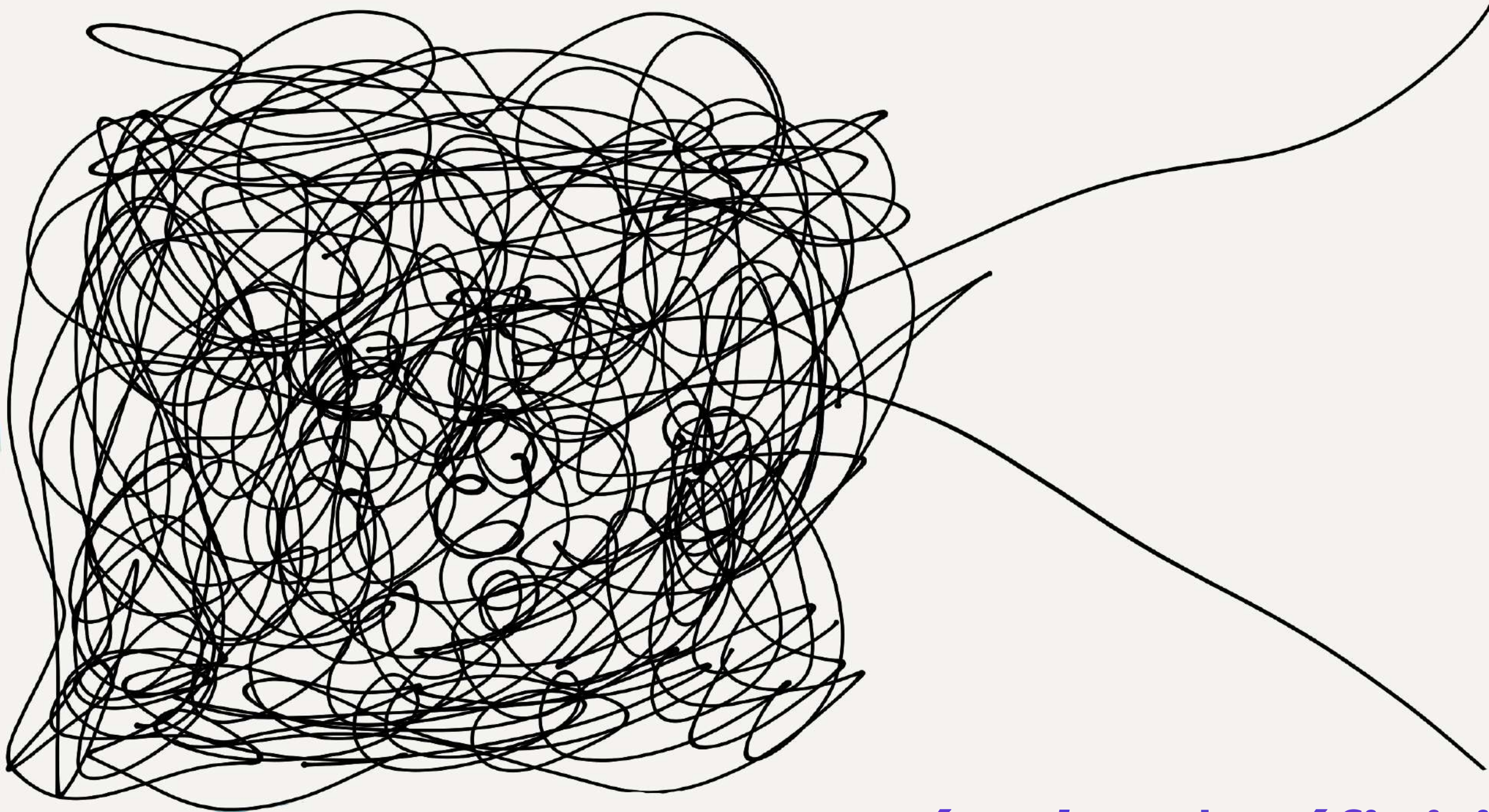
réseaux sociaux

réseau spé

metavers

metavers *marque*

meta gén



Décodage | Définitions



XMind



XMind 8

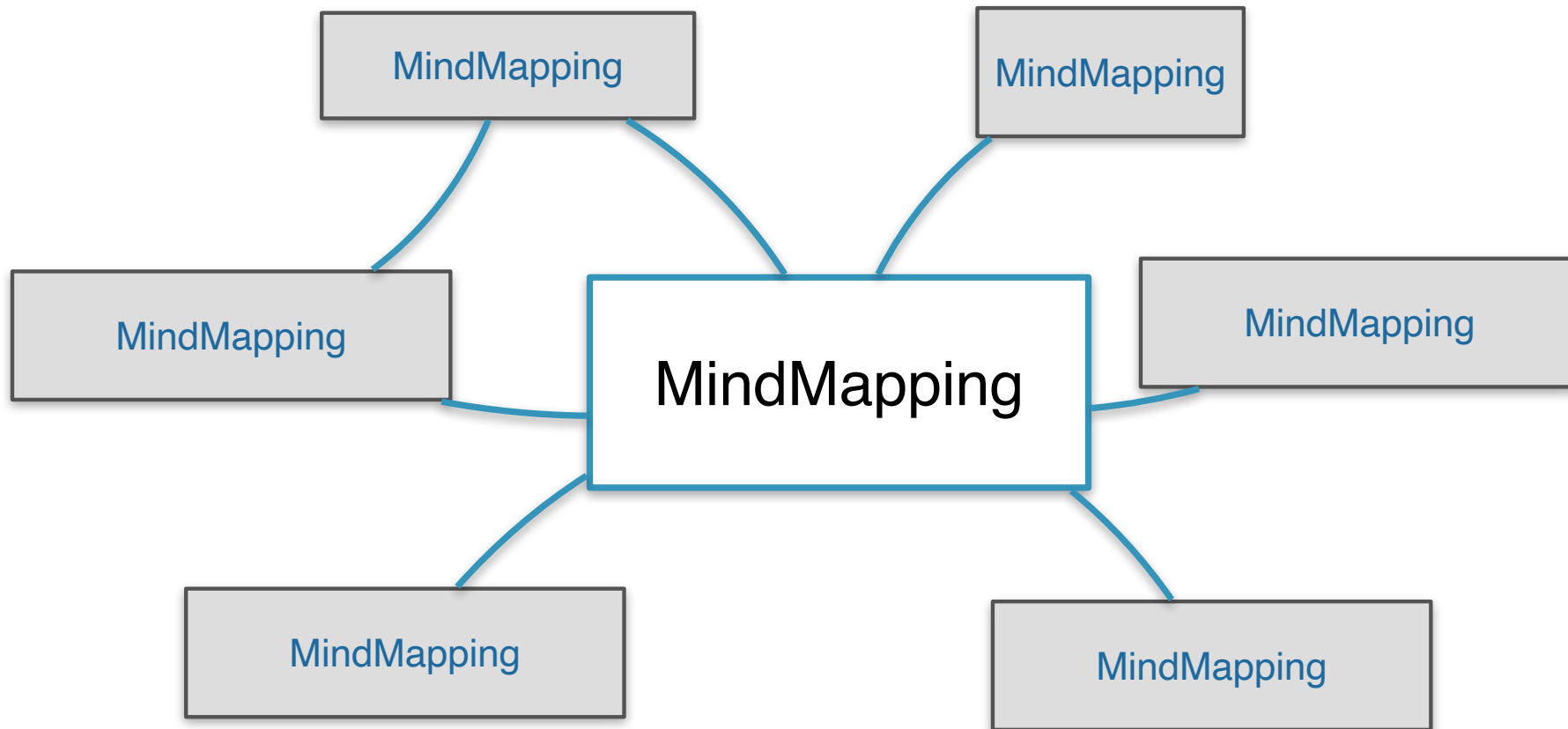
The Most Popular Mind Mapping Tool

10th ANNIVERSARY
2006 - 2016

© 2006-2016 XMind Ltd. All Rights Reserved.

coggle

coggle.it





Whimsical

2022 dossier WEB3 / DIGITAL

Share



WEB1 : 1992 - 2005

WEB2 : tout le monde interagit sous l'autorité des plateformes

WEB3 chacun possède sa communication

<https://whimsical.com/taxinomie-digital-marketing-VYSbhz1rZcKcL39uuJtnUB>

Full Stack

CMI



CMDI

SALES + MARKETING =

SMARKETING.

SALES

- “simple-minded”
- “incompetent”
- “lazy”



MARKETING

- “arts and crafts”
- “academics”
- “irrelevant”



CMSDDI

MARKETING

360°

outils | cibles

Acceptions :

CP PM PO

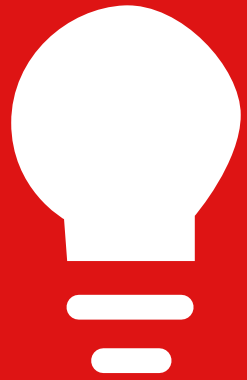
VP of Product

CPO chief product officer

Director of Product

Associate product manager

Marketing Associate

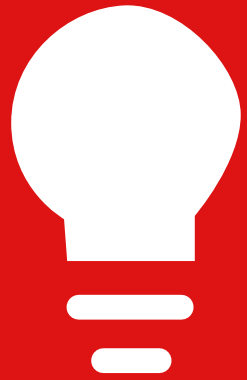


COLLE 1 : Offre d'emploi

En groupe

choisir une entreprise que vous connaissez
rédiger une offre d'emploi pour un PM full stack
45Ke

1



COLLE 1 : écrire une offre d'emploi pour CP (modern marketing)

WTTJ / monster.com / Job Description / Le poste / Mission

Objet du mail : important (groupe, nom, classe, colle...)

Date : avant la fin du cours

Small talk : apprécié

Votre texte (15 lignes max)

Signature : complète (nom, poste, mail, tél, linkedin, lien...)

Sans pièce jointe : impératif

hubert@kratiroff.com