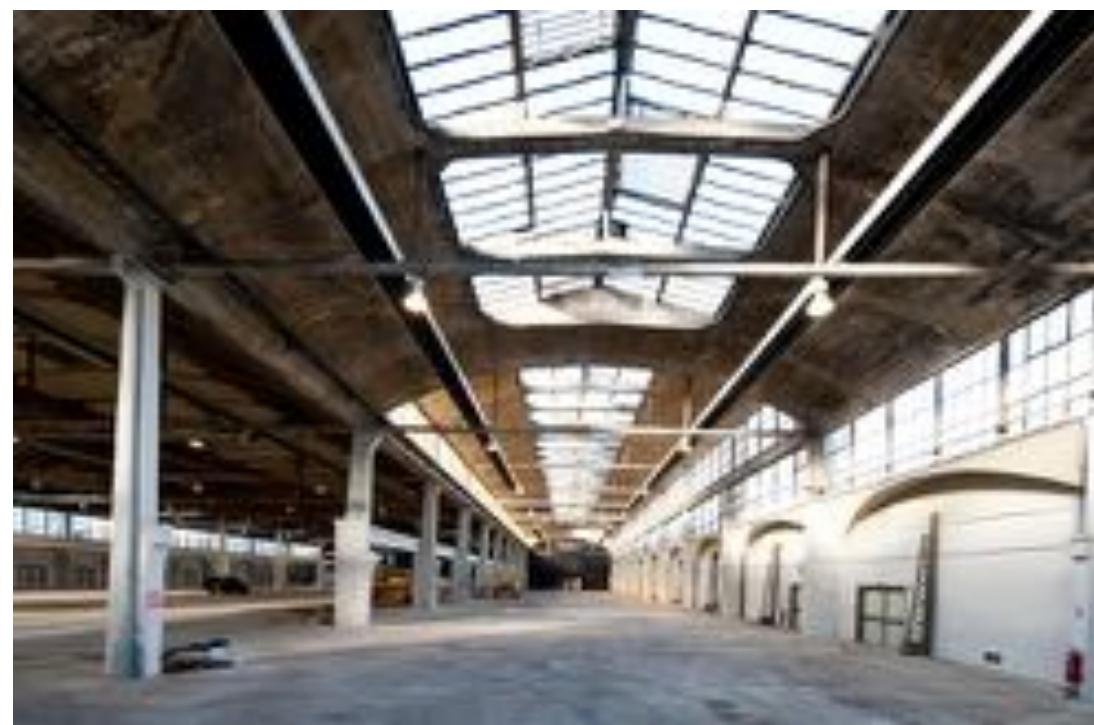


#DigitalMarketing

MBAESG

#DigitalMarketing

social|data|mobile|code|startup|search





42



STATION F

STATION F

Y Combinator

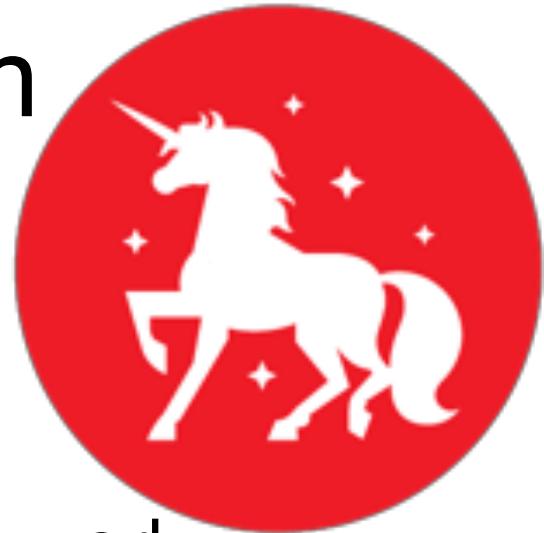
500 Startups

TechStars

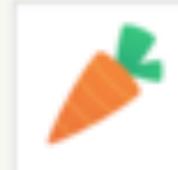
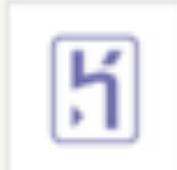
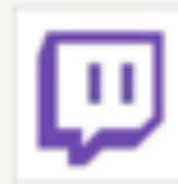
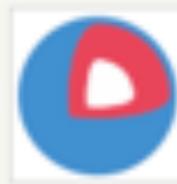
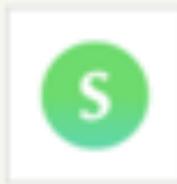
Y

Paul Graham
Jessica Livingston

Demo day
after 3 months of intensive work
Equity for mentoring



Y Combinator: startup school



Since **2005**, we've funded over **1,464** startups.

Y Combinator is a community of over **3,000** founders.

Our companies have a combined valuation of over **\$80B**.

Livestream
Press



STARTUP SCHOOL



Hosted by Y Combinator

DEMO DAY:
PITCH SATURDAY FROM 4 to 6.30PM





KEEP
CALM
AND
THINK
BIG

Make something people want.

-Paul Graham
Y-combinator, founder





G

GROUPE RENAULT



GROUPE RENAULT

Google is our classroom

TED

Watch

Discover

Attend

Participate

About

Search...

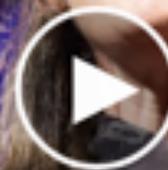
Daphne Koller:

What we're learning from online education

TEDGlobal 2012 · 20:40 · Filmed Jun 2012

29 subtitle languages

View interactive transcript



Share this idea



1,959,910 Total views

Share this talk and track your influence!

daphne koller
coursera

Whois?



Archos

Henri Crohas

ARCHOS funder and CEO during 24 years

Better than Steve at engineering

Patent: sound & video compression,
streaming

Not a Jony Ive or Dieter Rams or
Walter Gropius (Bauhaus)



RAMS GROPIUS BAUHAUS



Minimalist Icon

Dieter Rams
Walter Gropius



Get out of
the building

Steve Blank

A close-up photograph of a man's face, angled slightly to the left. He has short, grey hair, wears black-rimmed glasses, and has a well-groomed, light-grey beard and mustache. He is wearing a dark brown suit jacket over a white collared shirt. His right hand is visible at the bottom, pointing his index finger towards the large text on the right side of the image.

Inc.

**GET OUT OF
THE BUILDING**



GROUPE RENAULT

Get out of the building

Steve Blank

Make something people want

Paul Graham



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



Wikipédia compte ses fans et s'interroge sur son modèle

La conférence annuelle « Wikimania » se déroule à Londres jusqu'au 10 août.

Londres
Correspondance

Instigées jadis-ci une arachide ou deux dans le centre de spectacles du Barbican, à Londres, la grande réunion annuelle de Wikipédia, surnommée « Wikimania », s'y déroule jusqu'au dimanche 10 août.

On y croise des jeunes gars-en-chant, certains aussi par leur taille, passant des notes sur leur ordinateur portable, tandis que des vélocitaires aux tee-shirts rouge et orange font participer d'autres à quoi le présent.

Depuis 2007, le nombre de contributeurs à l'encyclopédie en ligne a presque été divisé par deux.

Contrairement à d'autres rencontres à succès de la Ruche, l'encyclopédie en ligne continue de faire évoluer son modèle d'après l'assurance de ses auteurs. Wikipédia a beau être le plus grand site mondial en termes de fréquentation, il reste dirigé par une petite association à but non lucratif – la Wikimedia Foundation – qui emploie peu d'employés permanents, dont moi, en France.

Le financement dépend presque exclusivement de donations – en 2013, 1,1 milliard de dollars (10 millions d'euros).

Le contenu de l'encyclopédie en ligne est réalisé par des centaines de volontaires à huis clos, qui peuvent passer plusieurs mois à faire un projet. La qualité des articles est généralement élevée, une étude de l'université britannique d'Oxford ayant démontré que les articles dans Wikipédia étaient aussi bons que les articles dans Encyclopædia Britannica, et que les sources y sont plus citées que celles.

Ce succès est dû à des contributions venues du Québec Benoit Bechard. Il a commencé en 2002 parce qu'il estimait qu'il n'y avait pas assez d'articles en français sur la toile. Freewikis, la fondation de Wikipédia ? Il a mis sur le compte de la publication encyclopédique des sources, et sur les débats perpétués entre contributeurs.

Ce fut le cas, le mardi 2013, lors de l'ultime rapport à l'origine de l'accident meurtrier de Fukushima. Quelques heures après l'explosion du réacteur 1 – à plusieurs heures, heure de Montréal – M. Bechard était devant un ordinateur. Il a aussitôt commencé à appuyer des informations garanties sur le réacteur en feu.

Il se souvient que « d'autres intervenants essayaient de mettre à jour l'information mais avaient l'air hésitant. Je l'ai alors ramenée à l'écran. Nous



Hansard Wales, cofondateur de Wikipédia, le 6 août, à Londres. © AP/SIPA

autre contributeur, Steve, a commencé à le faire et nous avons donc continué avec cette contribution, et c'est encore intéressante. »

Le déclin est d'ailleurs tout relatif. Les contributeurs continuent à grimper dans d'autres langues, et la fréquentation du site est plus importante que jamais. Quant aux donations, elles augmentent chaque année. Trois, cette année, la conférence rassemble près de 2 000 délégués, un record.

Malgré Wikipédia et sa communauté passionnée, l'organisation reste en effet de très nombreux autres projets, qui ont tous la possibilité d'être aussi révolutionnaires que l'encyclopédie.

Un des projets les plus prometteurs est WikiMedia Commons. C'est une gigantesque banque de données de photos, de vidéos et de sons libres de droits. Avec 25 millions d'images, on trouve des clichés de toutes sortes, utilisables gratuitement. Pour l'instant, l'association finance des projets publics éducatifs. En France, elle a ainsi aidé un groupe de volontaires à prendre des photos de l'intérieur de la cathédrale Notre-Dame de Paris... depuis des dessins.

WikiMedia propose aussi l'ouverture des événements sportifs des photographes amateurs, tous les mois, pour donner une meilleure visibilité à ces personnes. C'est un peu fantastique. L'avenir de l'organisation de l'électricité, plus personnelle et moins chère que jamais. C'est l'ensem-



CULTURE CODE



Creating a company we love.

uber

paypal

skype

airbnb

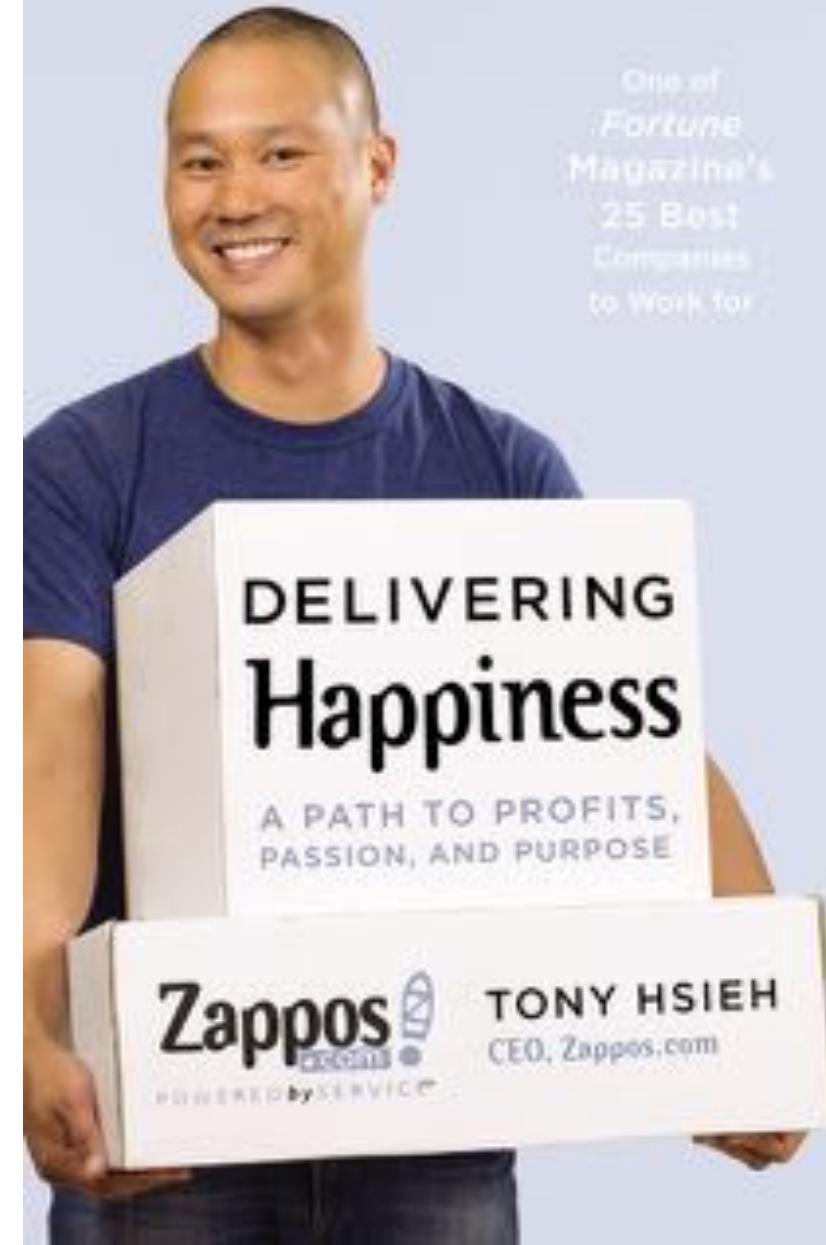
alibaba

facebook

In 2015 Uber, the world's largest taxi company owns no vehicles, Facebook the world's most popular media owner creates no content, Alibaba, the most valuable retailer has no inventory and Airbnb the world's largest accommodation provider owns no real estate.

Zappos
Delivering

One of
Fortune
Magazine's
25 Best
Companies
to Work for



GAFA MS ... NATU B ... BAT X



image
de FaberNovel

Read Hasting





hootsuite

EXPOSURE

HAMMOND-Y

ENJOY | 25

#BSU PEOPLE

Amazing #BSUers throughout history

DEPARTMENT OF COMMERCE
BUREAU OF AIR COMMERCE

By #BSU RESOURCES
IN PARTNERSHIP

MARCOM

By 2017 the CMO
will spend more on IT
than the CIO



New Philanthropic Model

1-1-1 Model



1% Time 1.1M+ Service hours

1% Equity \$100M+ Grants

1% Product 27K+ Nonprofit organizations
 \$250M Donated product

pledge1percent.org 500+ Companies pledge 1%

box

yelp[®]

@twinkie

VMware

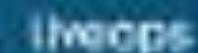
sage

splunk

DemandGen

1-1-1

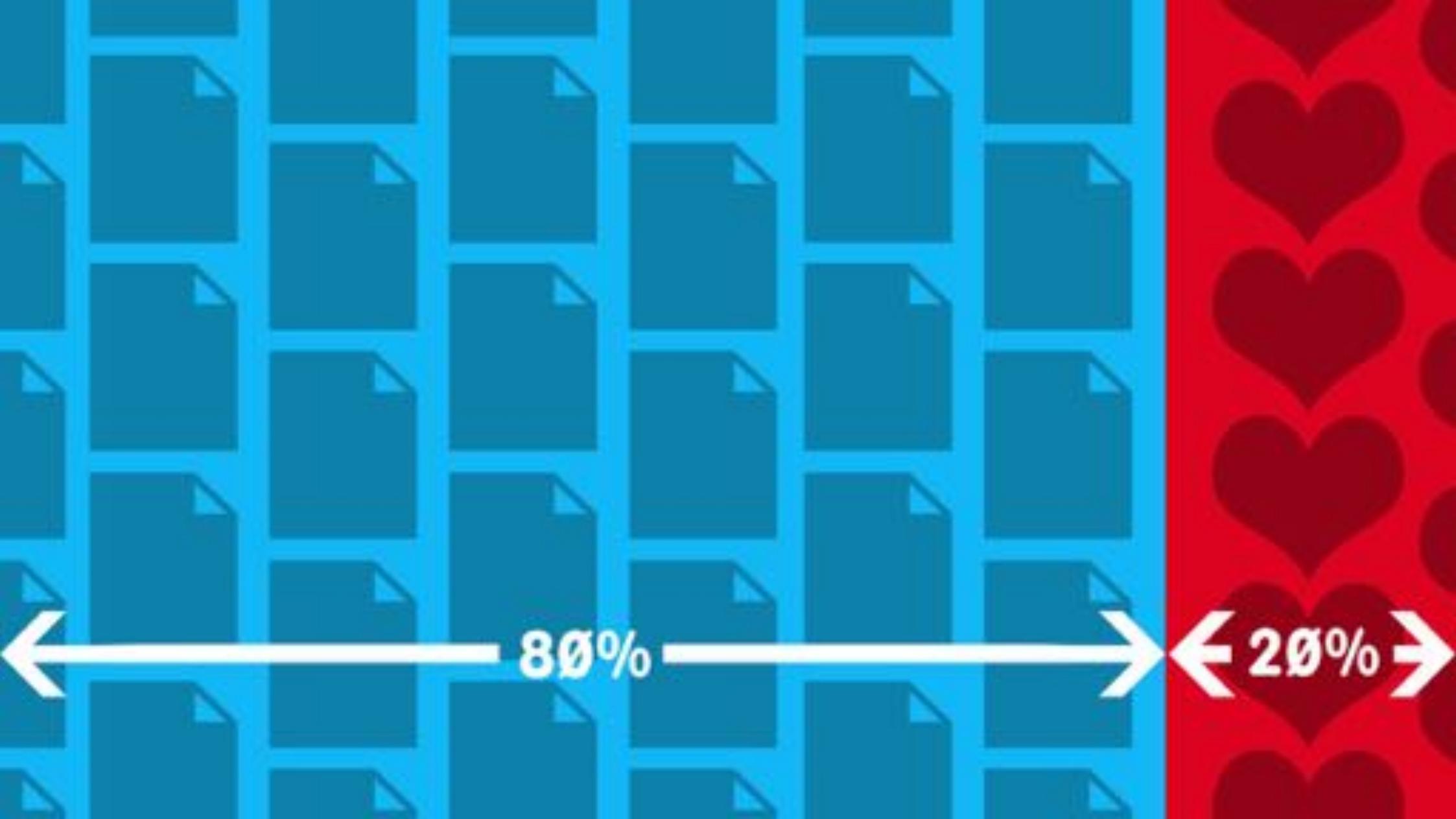
Model adopted by:



share1themodeL.org



Salesforce Foundation



open



LICENCE OUVERTE
OPEN LICENCE

Source
Média
Mind
Data

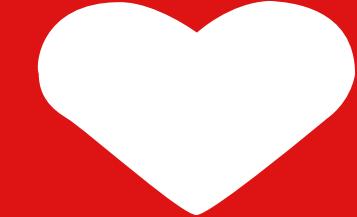
Culture Digitale



IMPERSONAL
INTERRUPTIVE
INSENSITIVE

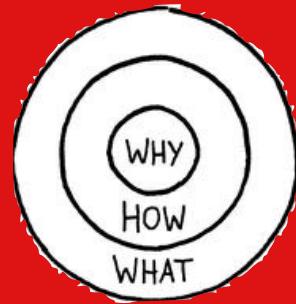
Valuable
Respectful
Lovable





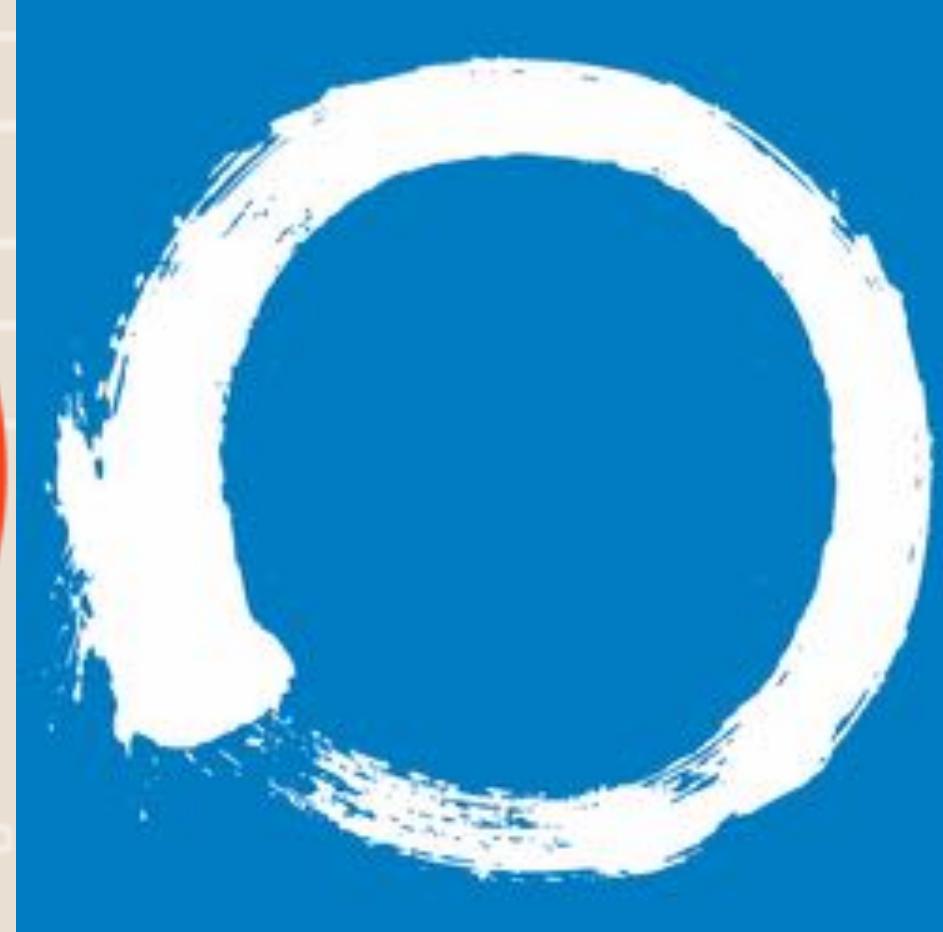
Simon Sinek

WHY





Les startups infusent le monde économique



A photograph of Eric Ries, author of "The Lean Startup", speaking at a conference. He is wearing glasses and a dark shirt, gesturing with his hands as he speaks. The background is a blurred conference slide.

THE LEAN STARTUP

How Today's Entrepreneurs Use
Continuous Innovation to Create
Radically Successful Businesses

ERIC RIES



agile



scrum

kanban

xp

lean

Principles behind the Agile Manifesto

Please read it at: agilemanifesto.org

We follow these principles:

Our highest priority is to satisfy the customer through early and continuous delivery of valuable software.

Welcome changing requirements, even late in development. Agile processes harness change for the customer's competitive advantage.

Deliver working software frequently, from a couple of weeks to a couple of months, with a preference to the shorter timescale.

Business people and developers must work together daily throughout the project.

Build projects around motivated individuals. Give them the environment and support they need, and trust them to get the job done.

The most efficient and effective method of conveying information to and within a development team is face-to-face conversation.

Working software is the primary measure of progress.

Agile processes promote sustainable development. The sponsors, developers, and users should be able to maintain a constant pace indefinitely.



The 12 agile principles*

1 Satisfy the **customer**



2 Welcome **change**



3 Deliver **frequently**

Sprint 1	Sprint 2	Sprint 3	Sprint 4	Sprint 5
done	done	done	done	done
done	done	done	done	done
done	done	done	done	done

4 Work **together**



5 Trust and **support**



6 Face-to-face **conversation**



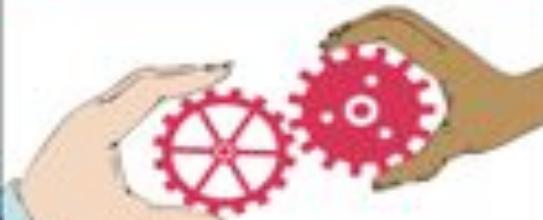
7 Working **software**



8 Sustainable **development**



9 Continuous **attention**



10 Maintain **simplicity**



11 Self-organizing **teams**

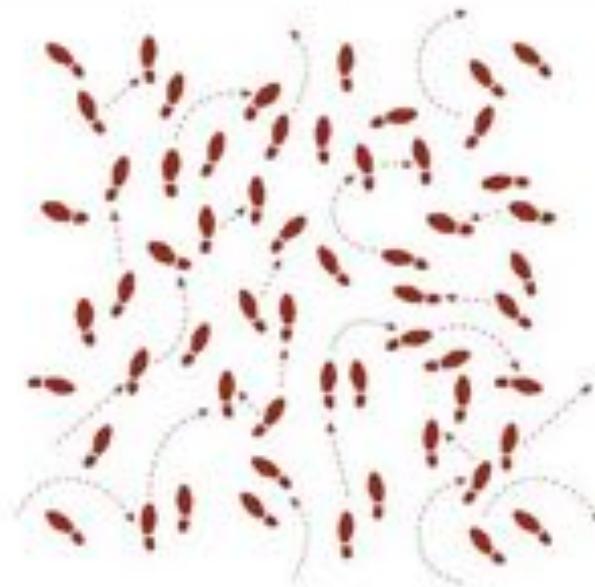


12 Reflect and **adjust**



AGILE MARKETING

HOW TO INNOVATE FASTER, CHEAPER
AND WITH LOWER RISK



ANTHONY FREELING

**Fail early, Fail fast,
Fail cheap**

FAIL : First Attempt In Learning

Test and Learn

continuous delivery
welcome change

agilemanifesto.org



**LA VITESSE D'ITÉRATION
BAT LA QUALITÉ D'ITÉRATION**

2008

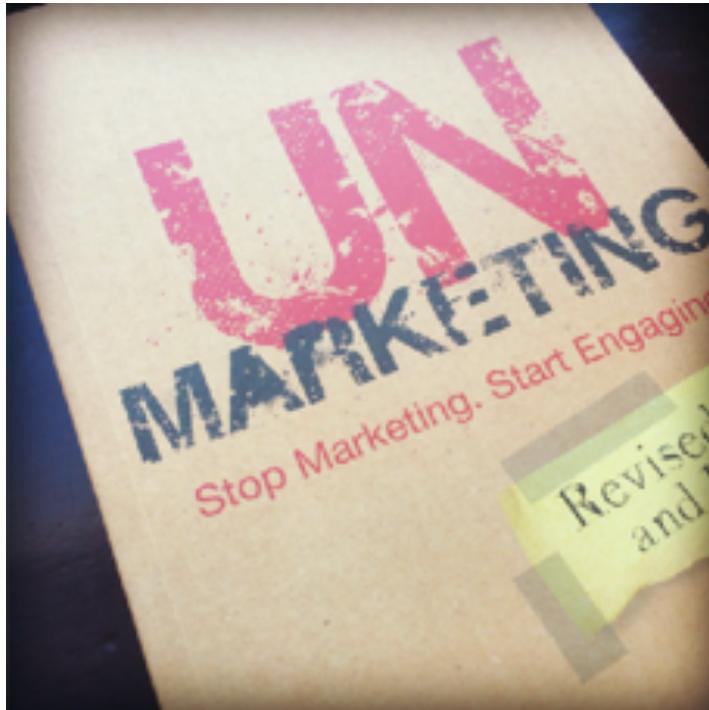


2015



DESIGN THINKING

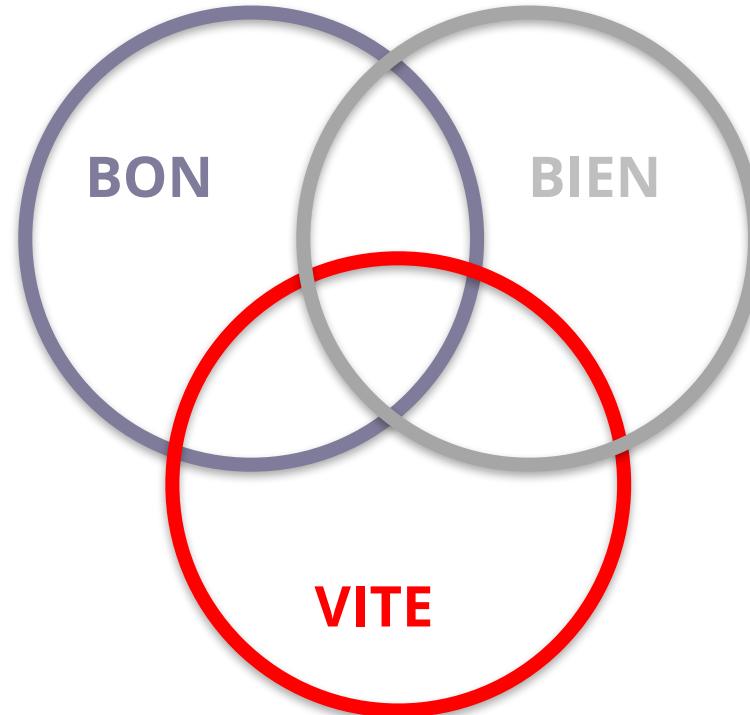
Tim Brown CEO de IDEO



unlearn unmarketing unselling unpodcast

Scott Stratten

AGILE LEAN : bon bien vite



source : product owner job youtube.com

- 1 startup = disruption
- 2 startup = croissance
- 3 startup = incertitude

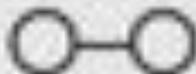


MVP

minimum viable product

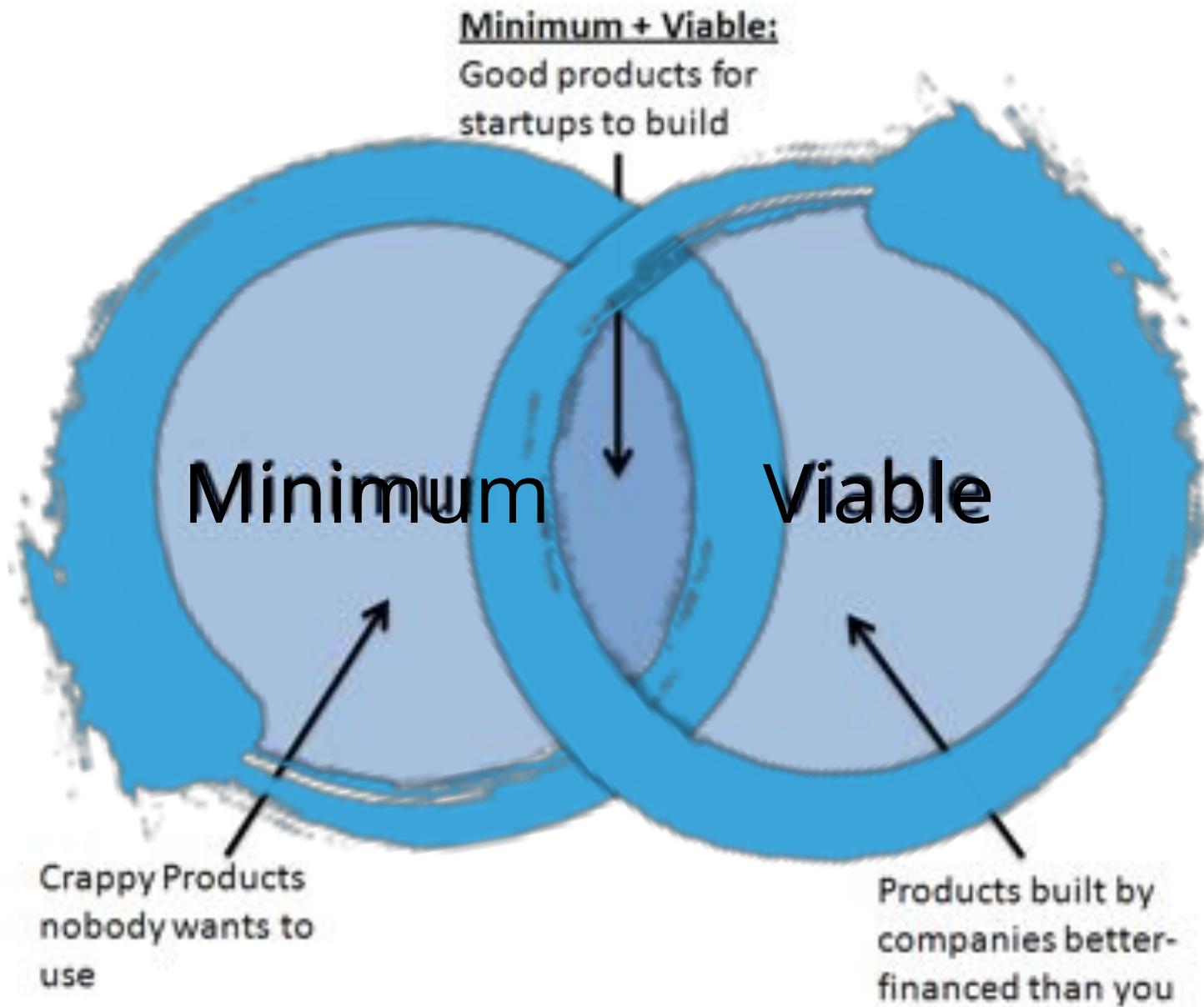
première version visible et distribuable d'un produit utile pour les tests et choix des fonctionnalités à ajouter / enlever utile pour pivoter

MVP



1 year

2 year



One more thing...



CULTURE



ÉCOLE DE LA FINANCE

10/04/2018

RENAULT INTERNAL

55

GROUPE RENAULT

TOOLS



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 ABS (acronyme seriously suck), sachez que TAWYG (Totally Agree With You Guy), mais c'est le langage des entreprises ! Bonne lecture (au moins utile)

* mal d'Elon Musk à ses équipes en 2010 (Tesla, SpaceX, SolarCity, Boring and previously PayPal co-founder)

AAA: Average active sessions	BOPU: Bottom Of Funnel (cf. ToFu)	CPA: collective performance et acquisition
AAD: Android Advertising Identity	BPM: Business Process Management	CPA: Cost-per action (or acquisition)
AARRR: Acquisition, Activation, Retention, Referral, Revenue	BR: bounce rate (visite limitée à une seule page ou non réception d'un email)	CPC: Cost per click: amount of money required to produce a single click (or Cost-per-Customer)
ABC: Always Be Closing	BRICS: 5 countries competing with Trade and N-11	CPCV: Cost per completed view (CPCV = Cost x Completed Views)
ABM: Account Based Marketing	BTG: BMCom (XBT)	CPL: Cost per lead
ABT: AB testing	BTB: Below the fold (en dessous du pli, donc invisible ; cf. ATF)	CPM: Cost per thousand (mille)
ACSEL: Association pour commerce et services en ligne (ADEM: Association De l'Economie Numérique)	BTL: below the line (cf. ATL & hors media)	CPT: Cost-per-Transaction
ADEX: Ad Exchange platform	BIG: Business Is Government	CPV: Cost per view (see also PPV)
AdTech: Advertising Technology (cf. MarTech)	BlR: Business Is Retail	CR: Conversion rate
ADX: Google DoubleClick Ad Exchange platform	BYOD: Bring your own device (cf. CYOD)	CRM: Customer relationship management
AIDA: Attention Interest Desire Action "First Purchase Funnel"	CAAC: Customer Acquisition Cost (ou coût d'activité client analysé du point de vue du client)	CRD: Conversion rate optimization
AIM: Ask Me Anything	CDJ: communication audiovisuelle dynamique (cf. DOOH & digital signage)	CSAT: Customer Satisfaction Score
AMP: Accelerated Mobile Pages de Google	CCO: Chief Customer Officer	CSR: Corporate social responsibility (RSR)
APP: Application (a program designed to run on mobile devices)	CCU: cf. UCC	CSS: Cascading Style Sheets
API: Application program interface (cf. MuAM)	CDC: Cahier des Charges	CTA: Call to action
AR: Augmented Reality (ou RA)	CDJ: customer digital Journey	CtB: Customer to Business (cf. UGC)
ARPU: Average revenue per user	CDO: Chief Digital Officer (ou Chief Data Officer)	CtC: Customer Is Customer
ARR: average recurring revenue (or annual)	CDN: content delivery network / réseau de diffusion de contenu (AKAMAI)	CTR: Click Through rate (number of click on an item/cta)
ASO: App Store Optimization (cf. Search)	CDP: Customer Data Platform (Il's more than a DMP and CRM)	CX: Customer experience (including UX)
ASF: Apache Software Foundation	CEM: Customer Experience Management	CYOD: Choose Your Own Device (cf. BYOD)
ASP: Application service provider	CES: Customer Effort Score	DAD: Decentralized Autonomous Organization (blockchain)
AssurTech cf. insurtech	CGI: Computer-generated imagery	DDD: Data Driven Document
AjaxAd: Anytime Anywhere Anydevice	CHO: Chief Happiness Officer	DDDM: data-driven decision management
AjaxAdAd: AjaxAd + AnyContent	CLI: command line interface	DDS: data-driven strategy
ATF: Above the fold (en dessus du pli, donc visible ; cf. BTB)	CLV: Customer Lifetime value	DL: Digital Learning
ATL: above the line (cf. BTI & media)	CM: Community Manager	DM: Direct mail or Direct message sur Twitter
AWD: Adaptive web design (cf. RWD)	CMi: Communication Marketing Intégrée (MC)	DMECo: Digital marketing exposition and conference (Cologne, DE)
BAT(X): Baidu Alitabai Tencent Xiaomi (vs. GAFA)	CMO: Chief Marketing Officer	DMP: Data management platform
BANT formula: Budget, Authority, Need, Timeline (developped by IBM)	CMS: Content management system	DNS: Domain name system (cf. ICANN & registrar)
BAU: Business As Usual	CNL: Commission Nationale Informatique et Liberté (cf. RGPD)	DNVB: Digital Native Vertical Brand
BI (Business Intelligence	COOC: Corporate Open Online Course	DOOH: Digital Out Of Home (Digital Signage)
BMG: Business Model Generation by Alex Osterwalder	COS: Cost Of Sale	DL: Deep Learning
BOB: Best of Breed		

Les 150 définitions Conférence NoLimit

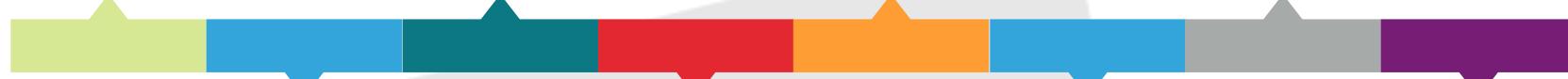


Toute spécialité a son jargon, voici quelques définitions utiles, regroupées par grands thèmes. Pour des questions de cohérence, certaines informations sont reprises avec un angle différent d'un thème à l'autre. La majorité des notions abordées et des définitions données sont d'un niveau très basique, 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 kraliroff

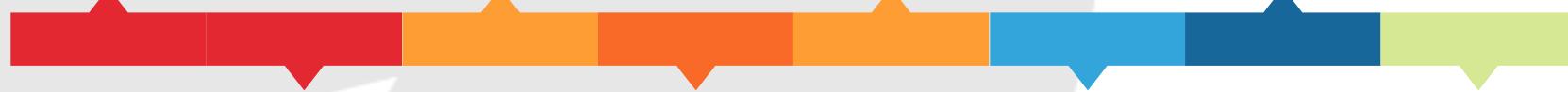
A



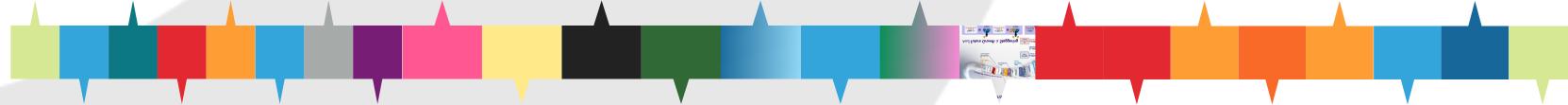
B



C

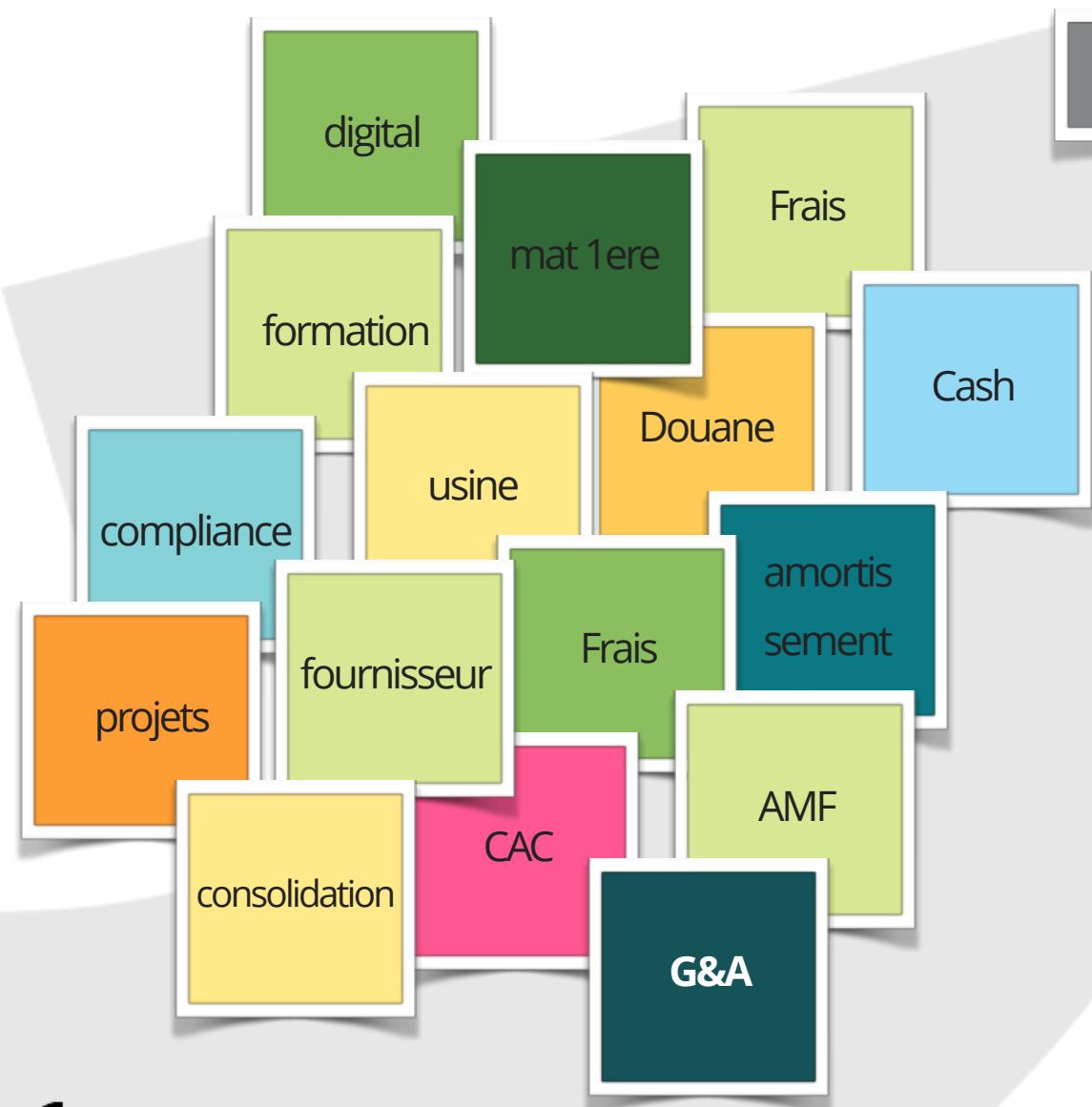


MOI

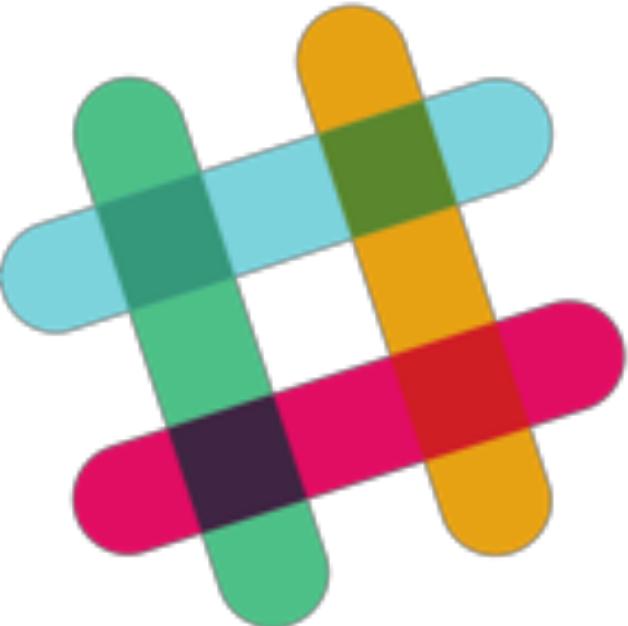


ACT THINK IMPACT

Mosaïque de temporalité







slack

Reactor Prep

kratiroff

All Unreads

All Threads

Channels

#_orientation

announce_completion

general

mod0_diagnostic

Direct Messages

slackbot

kratiroff (you)

Apps



#general

☆ | 8,993 | 9:22 | Program-wide announcements and general chat about anything. For questions at Sunday, June 24th

Search



Monday, June 25th



alex.hinton 8:06 PM

@channel As some of you may have experienced, we have had an issue with our SSL certificate. Our IT Team has identified the issue and will be making a repair today, we are not expecting this to cause any disruption to your access, but wanted to give you a heads up in case something doesn't go according to plan, in which case you might experience a 20-minute disruption in your access to prep.hackreactor.com. Thanks in advance!



7



Mac 9:08 PM

joined #general along with 3 others.

Tuesday, June 26th



Ikenna 2:25 AM

hey guys I have a question. I saw this line of code that read:
for (var i = 0; i < 10; i++) {
 console.log(i);
}



3 replies Last reply 6 days ago



Ikenna 2:25 AM

What does adding ++ at the end of the i variable do?



CBABY 2:37 AM

joined #general.



Badri_narayan 3:33 AM

It adds to the value stored every iteration

2+1, then 3+1 etc



Danna 3:34 AM

Hi there, I'm trying to join the cohort for todays prep class? which channel should I join for the zoom info link?



Message #general



GROUPE RENAULT

Key TakeAways

ce qu'il faut retenir



GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT
TECHNOLOGY & INNOVATION

Agile
=
User

Décomposition du marketing

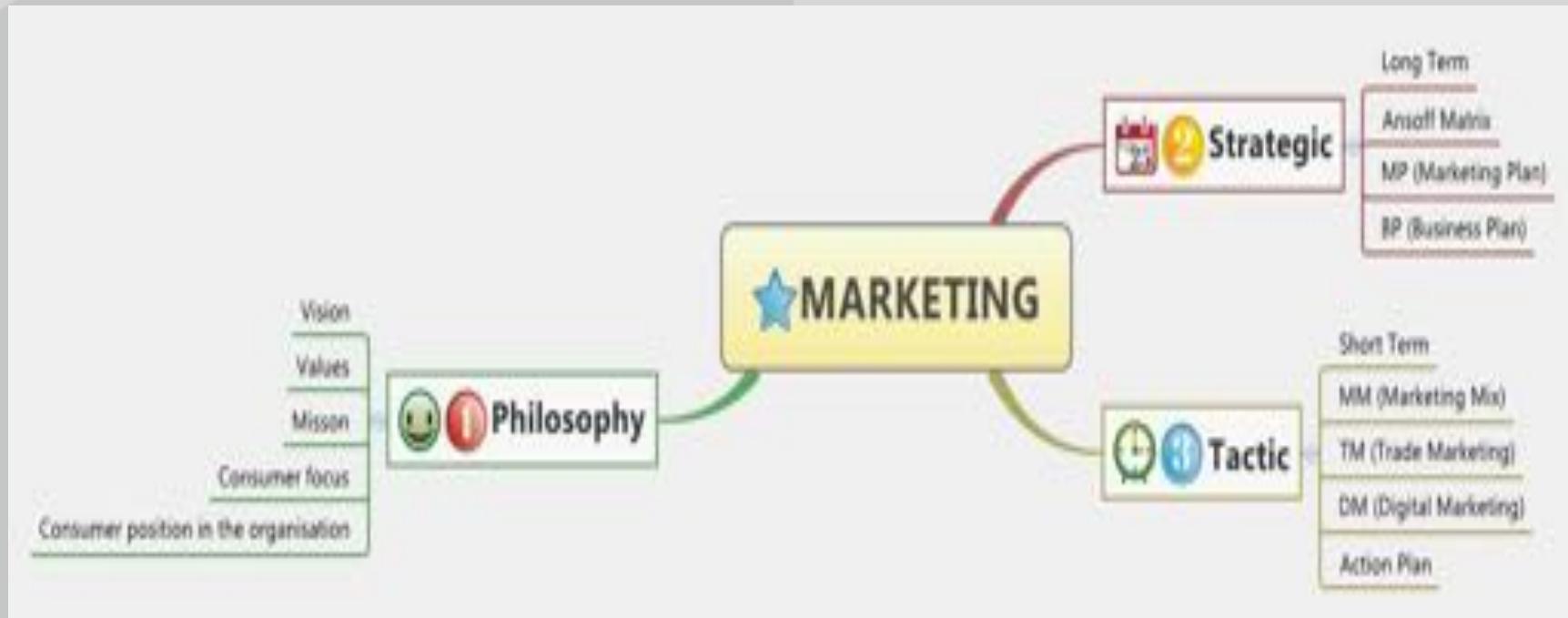


Philosophique, stratégique et opérationnelle

1- Philosophique :
vision

2- Stratégique :
long terme / projet / PM + BP

3- Opérationnelle :
court terme / projet / plan d'action



Philosophique, stratégique et opérationnelle

La philosophie marketing

Philosophie

1. Consommateur au centre
2. Démocratie marketing

consumer focus

Marketing

“Marketing is so basic that it cannot be considered a separate function...it is the whole business seen from the point of view of its final result, that is, from the customer's point of view.”

Peter Drucker

Marketing STRATÉGIQUE

Couple produit / marché

Fondamental du marketing

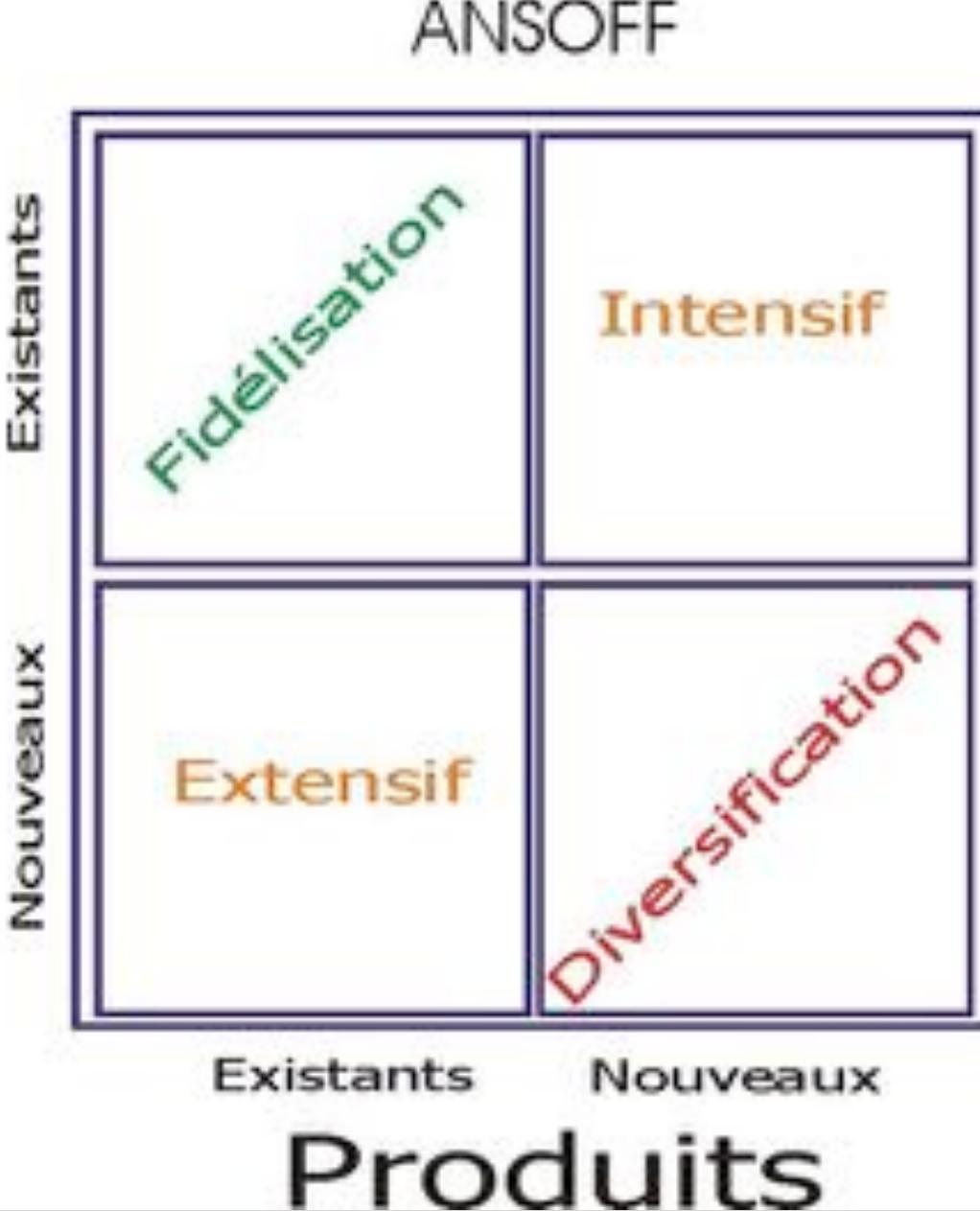
Sert de base à Ansoff

Sert de base au positionnement

Principe de la segmentation

Outil de réflexion universel

Marchés



Décomposition stratégique d'Ansoff

Marketing Opérationnel

=

3 x 6 moyens

Marketing Opérationnel

18

MM

6

TM

6

DM

6

Marketing Mix

- 1. Segmentation**
- 2. Produit**
- 3. Prix**
- 4. Publi-promotion (*consommateur*)**
- 5. Distribution**
- 6. Positionnement**

Trade marketing

- 1. CGV**
- 2. FDV**
- 3. EDI, SCM & LOGistique (process)**
- 4. COPromotion, comarketing, coadv**
- 5. LOBbying**
- 6. MERchandising**

Digital Marketing

- 1. Web Management**
- 2. Référencement (SEARCH)**
- 3. e-marketing**
- 4. e-commerce**
- 5. e-publicité**
- 6. m-marketing**

Digital Marketing



2017





The Periodic Table of Content Marketing

An overview of the key elements of content marketing

Cs Content Strategy																		
Ar Authoring	Sh Sharing	Strategy	Platform	Sharing Triggers														
		Format	Metrics	Checklist														
V Value	Vi Visualization	Content Type	Goals															
Im Image	Pr Photo Retouch	Ho Hours Invested	Re Reviews Received	Qu Question Asked	Ti Time Spent	Bp Blink Prediction	Co Complexity	Ca Curiosity	St Stars	De Duration	We Written	Bl Blogs	Ot Online Media	Mi Microsites	Am Augmented Reality			
Ev Events	Wb Webinars	Iv Iterations	As Add the Experts	Rs Resources	Lb LinkedIn	Hi Hyperlinked	Ee Evergreen	Rc Revised	Tr Trends	Cm Comparisons	Tw Twitter	Fa Facebook	Li LinkedIn	Pi Pinterest	Is Instagram	Sa Skepticism		
Gm Games	Ap A/B	Qz Quizzes	Ex Expert Help	Pd Production	Fu Fun	Te Temporary	Bg Bookmarks Given	In Influence	Op Optimal	Ch Checklists	Yo YouTube	Vm Vimeo	Gp Google+	Fo Forums	Tu Twitter	Nm Nerdiness	Me Memes	
To Tools	Eb Email		De Definitions	Gl Glossaries	Da Data	Pc Product Cards	Sv Summits	An Analytics	Fl Follow	Gf Gifts	Re Results	Ig Ingor	Vn Vine	Si Slideshare	Fl Flipboard	Sm Social Media	Sh Shares	
P Promo	So Social			Ga Galleries	Mm Memes	Fr Formulas	Tm Toolboxes	Dm Demos	Nj Networking				Hn Hubspot Team	Ps Partners	Ad Advertising		Eg Education Engine	En Entertainment
EI Elevating	Em Email																	

A seven-step guide to success

- Take some time to define a strategy.
- Figure out the formats you plan on using.
- Think about the content types that will appeal to your audience. Do your research. Brainstorm ideas. Create.
- Share your content across the key content distribution platforms.
- Track the key metrics, and map these to your goals.
- Be aware of the main sharing triggers. Be sure to work with the emotions.
- Always double check your work.

Pv Age Group	Uv Interest Levels	Nv User Metrics	Br Behavior Metrics	Tf Content
NI New Leads	Do Downloads	Cl Click-Through Rate	Kp Key Pages	Le Likes
Bm Shared Metrics	Rp Retention Metrics	Pm Performance	Dg Digital Opt-in Metrics	Br Sharing
Or Online Media	Mi Microsites	Am Augmented Reality	Rm Retention Metrics	Sa Shares



Fu Funny	Sx Sexy	Sg Shockingly	Mv Moving	Un Unbelievable	Cv Controversial	Co Cool	Ig Formatting	Rd Ridiculous	Zg Surprised	Aw Awkward	Up Uplifting	Di Disrupting
Sq Surprising	Se Sexual	Ce Crazy	Fm Formalizing	Hd Hilarious	Tv Tons of views	Gd Grand gestures	Pe Painful	Do Diva-like	Fc Fake advertising	Cd Cheat sheets	Ct Cute	Fd Fake advertising

Illustrations by

You can share it around, use it in your website, print it out or email it with appropriate credit.

Copyright Econsultancy Ltd.

CONTENT MARKETING / NATIVE LUMAscape

M
A
R
K
E
T
E
R



C
O
N
S
U
M
E
R



Gartner



XMind



XMind 8

The Most Popular Mind Mapping Tool

15 ANNIVERSARY
2006 - 2016

© 2006-2016 XMind Ltd. All Rights Reserved.

coggle

coggle.it

We make PDF easy.



Compress PDF



PDF Converter



PPT to PDF



PDF to PPT



JPG to PDF



PDF to JPG



Excel to PDF



PDF to Excel



Edit PDF



Word to PDF



PDF to Word



Merge PDF



Split PDF



Rotate PDF



eSign PDF



Unlock PDF

MARKETING DES SERVICES

Différents types de marketing



Quelques mots sur le B to ?

BtoB vs. BtoC

BtoA, BtoR

BtoRtoC,
BtoltoC,
BtoltoBtoRtoC

CtoC, CtoB

O2O

« la véritable économie est la consommation finale des ménages, le reste n'est que variation de stock »

John Maynard Keynes

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

Consumer to business : CtoB

User Content (UGC)

Consommateurs
échange et recyclage
consommacteur
consommagent

Marketing ???

Influence marketing

Conversation Marketing

Marketing politique et lobbying

Marketing produit

Marketing institutionnel

Marketing personnel (e-reputation)

Marketing des services (#MS)

Marketing caritatif

Bto xxx (to yyy ...)

CMI



CMDI

360°

MARKETING

360°

outils | cibles

CDO

CXO

CCO

CHO

SALES + MARKETING =
SMARKETING.

SALES

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



MARKETING

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



MarCom

marketing et communication



THE MARKETING TECH CONFERENCE

MARCOM

CMI / CMDI

ADtech MARtech

VR AR

Full Stack

The background consists of a complex, abstract geometric pattern of numerous triangles. The triangles are primarily a light blue color, with some white and darker blue variations. They are arranged in a way that creates a sense of depth and perspective, resembling a stylized architectural or molecular structure.

marketing
d'influence



G

GROUPE RENAULT

CONVERSATION MARKETING



Conversation

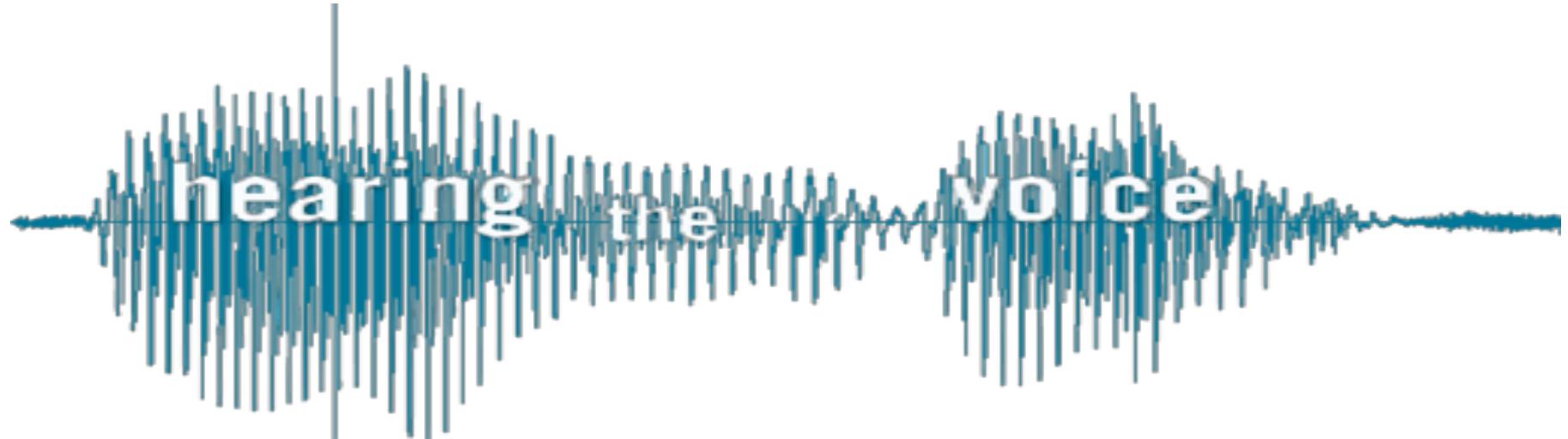
Outil de INBOUND par excellence



Être là où est le client / user / contact



Base de la personnalisation



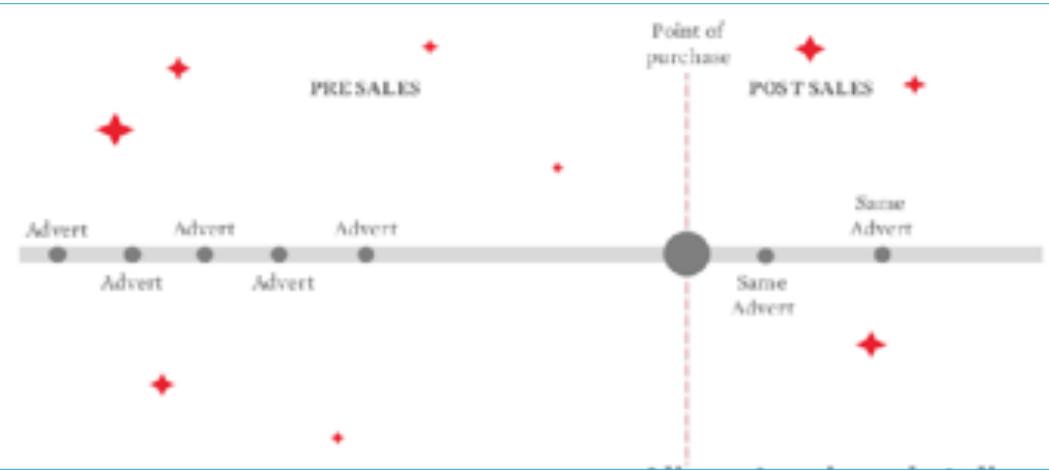
Conversation mode : ON



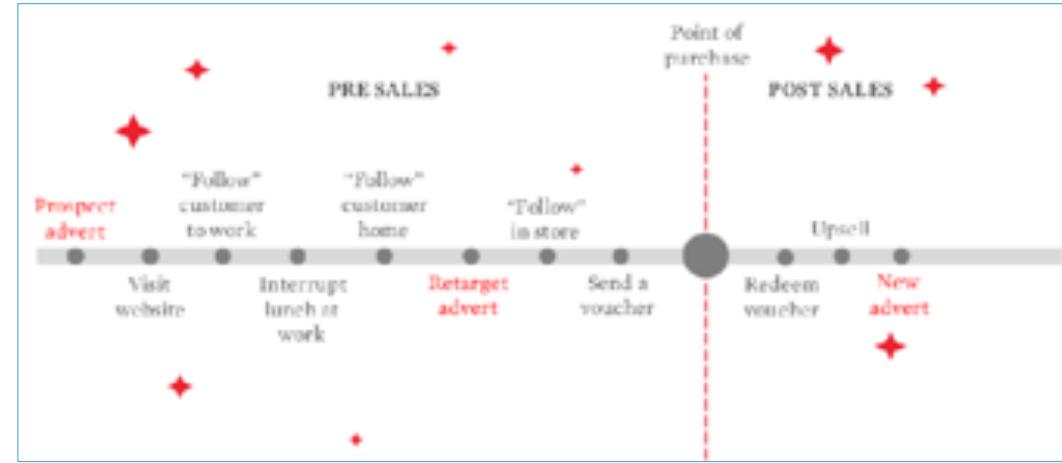
GROUPE RENAULT



Opportunity to talk : communication



Opportunity to chat : conversation



... talk, talk, talk, talk again

... talk, listen, adapt, modify, talk personally



Ne pas confondre

Marketing des services

Marketing du service

Marketing service

Question : marketing du service

marketing **des services** : au sens du secteur des services ... vs secteur productif

marketing **du service** : au sens de la relation de service avec le client applicable dans tous les secteurs

The Wealth of Nations (1776 - Adam Smith)

outputs of **productive** labor

vs. outputs of **unproductive** labor

La démarche marketing



SOSTAC

SITUATION

OBJECTIFS

STRATEGIE

TACTIC

ACTIONS

CONTROL



SOSTAC

S : Situation, analyse interne, externe, marché, concurrence, portefeuille...

O : Objectifs en terme de cible + SCP + finance + persona + marketing + KPI...

S : Stratégie globale, macroplanning, phases

T : Tactique, microplanning

A : Actions, plan d'action commerciaux, marketing, communication

C : Budget, Finance, Contrôle, BP, PV

Médecine vs. Marketing

Analyse

Osculation, examen, observation, intuition, expérience, analyse de sang, NFS, chimie, iono

Données primaires, analyses, enquêtes études, mapping, matrice, datamining...

Diagnostic

Objectifs

Soigner, guérir, baisser douleur, prolonger la vie

Augmenter CA, marge, résultats, pérenniser, atteindre taille critique

Moyens

Médicament, opération traitement

Pub, prix, PDV, FDV, CGV, internet, amélioration de l'offre

Chiffrage

Prix, délai, remboursement

Budget, rentabilité

Key TakeAways

ce qu'il faut retenir



GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT
TECHNOLOGY & INNOVATION

1
4
 3×6