

#DigitalMarketing

MBAESG

#DigitalMarketing

social|data|mobile|code|startup|search

@kratiroff

|

2018

|



#CustomerEmpowerment

//

INBOUND

@kratiroff

INBOUND

//

#CustomerEmpowerment



ce que le
INBOUND
CHANGE
pour le plan

marketing 

I Analyse
SWOT, BCG,
PESTEL, PORTER
McKinsey, GE, ADL
CAC, PMG, ABC

II Stratégie
Low cost
Fidélisation
Extensive
Intensive
Regroupement, croissance ext

III MOYENS ACTIONS
INTERRUPTION

IV FINANCE
Budget
Prévision de vente
Compte de résultat prévisionnel
Tableau de Bord

2010

I Analyse
UX, MCA
BigData
Attribution marketing

II Stratégie
BusDev : Growth Hacking
RTM Lean
Sharing economy
Agile marketing
ROPO & multi channel

III MOYENS ACTIONS
PERMISSION
AD TECH / MAR TECH
DOOH

Native advertising
RTB / RTA Brand Content
Inbound Marketing / VRM

IV FINANCE
Business model generation
Marketing performance
KPI
MRM

2020

Make stuff people want

Instead of make people want things



Make something people
want.

-Paul Graham
Y-combinator, founder



smithery

willshire john

Sir Terence Conrad ≠ marketing de la demande

Test and Learn

continuous delivery
welcome change

agilemanifesto.org



EMPOWERMENT

**NEW
MARKETING
INBOUND**

**AARRR
CHURN**



1

**CUSTOMER
EMPOWERMENT**

One clic away
Power in the hand
AdBlock
Living Services
TouchPoints
Soft Power

2

**INBOUND
MARKETING**

Permission
VRM / WTS
OnBoarding
ZMOT
SEO
OmniCanal
UI UX IxD SD
Persona UserStory
Touchpoints

3

**AARRR
CHURN**

Acquisition
Activation
Retention
Referral
Revenue
Sales Funnel



#CustomerEmpowerment

@kratiroff

USER
USER
USER
USER



USERS

Qui sont les users ?

PERSONA
USER STORY



Persona / UserStory

Personas

Portrait robot d'un utilisateur fictif de produit ou service

UserStories / UseCases

Description en langage utilisateur d'un point de friction

Jean-Luc

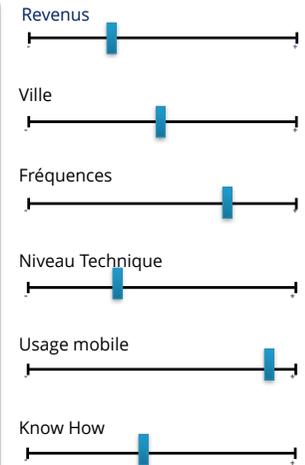


« J'ai un beau métier, mais mes priorités sont ailleurs. Mon employeur n'est pas mon seul centre d'intérêt »

Jean Luc 36 ans est pilote de ligne depuis 3 ans dans une compagnie low cost européenne

Nom	Jean-Luc
Age	36
Vie à	Paris
Avec	Jeanne Sans enfant
Education	Supérieure (ingénieur école xyz promo 91)
CV	pilote entreprise 1 Pilote entreprise 2

Passionné d'aviation et de modèle réduits
Passionné de races de chiens et de voyages en Asie



Millennials

Lost ... Greatest ... Silent ...

BabyBoomer (1940 - 1965 +/- 6 ans)

GenX (1955 1985 +/- 8 ans)

GenY = Millennials (1979 1999 +/- 5 ans)

GenZ = Digital Natives = GEN C (1994 2007 +/- 4 ans)

alphaGEN ? = 2008 - 2020 ?

SingularityGeneration ?? 2018 - 2030



UserStory (US)

Description simple, claire et brève de fonctions nécessaires pour un persona

Lien entre les utilisateurs, les designers, développeurs et chef de projets

En tant que...

Je veux ...

Pour ...

WE  USERS

weloveusers.com/methodes/personas.html

% UTILISATEURS D'ADBLOCKERS



SOURCE : KANTAR TNS. CONNECTED LIFE 2017



Want to work with us hand-in-hand to develop the advertising landscape of the future? Join the Acceptable Ads program and add your ads to the whitelist. Working to develop non-intrusive ads for users that are a choosy, tech-savvy audience is the long-term benefit.

Ad networks can become a member of our Acceptable Ads program, and get their Acceptable Ads certified.

One Clic Away

Taux de conversion PDV physique	50%
Taux de conversion e-shop	3%
Abandon de panier	60%
Abandon de caddy physique	0%





Customer Empowerment

Consom'acteur / Consom'agent

le pouvoir des réseaux sociaux par partage et viralité

Pouvoir partagé entre MARQUE et consommateurs et salariés :

Alignement de l'information

Symétrie des attentions

CMI

UX

Écoute utilisateur par **MCA** :
audit des TouchPoints



Customer Empowerment

Écoute des users par **MCA (market contact audit)**
(audit des **TouchPoints**)

Consom'acteur / Consom'agent

Pouvoir partagé entre

MARQUE et consommateurs et salariés

Symétrie des attentions

Alignement de l'information

Customer centric / focus / First / For life

Nouvelles Attentes

pourquoi se contenter
du minimum ?



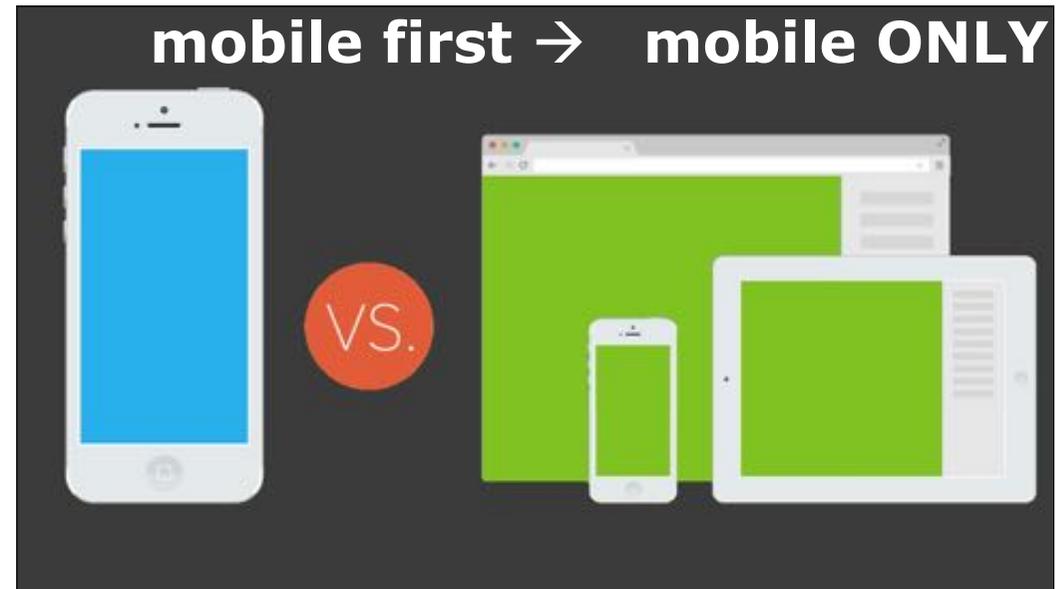
1990 : website + social
2005 : mobile APP
2013 : Living Services

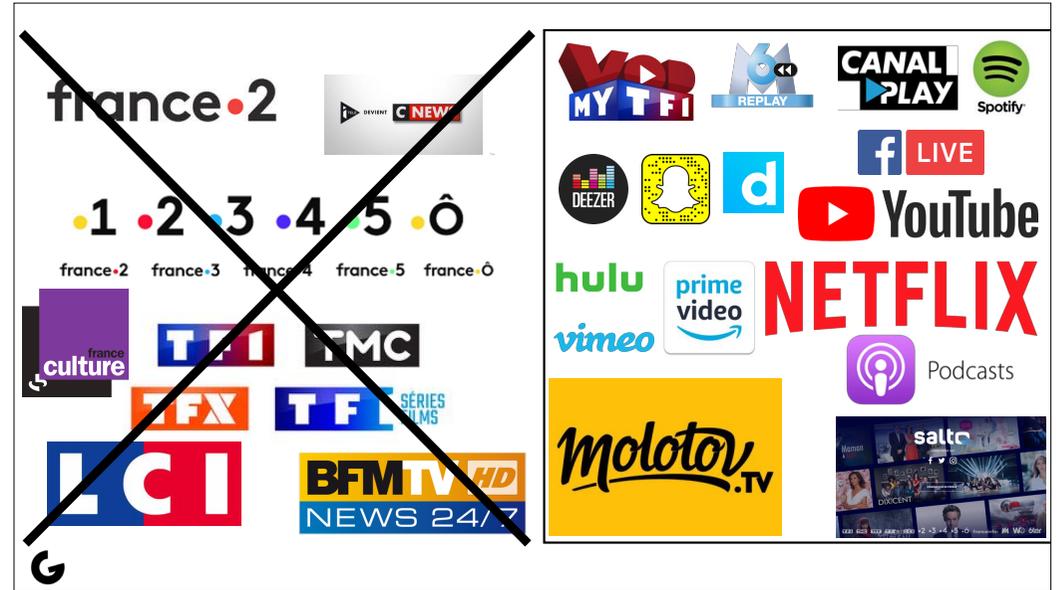
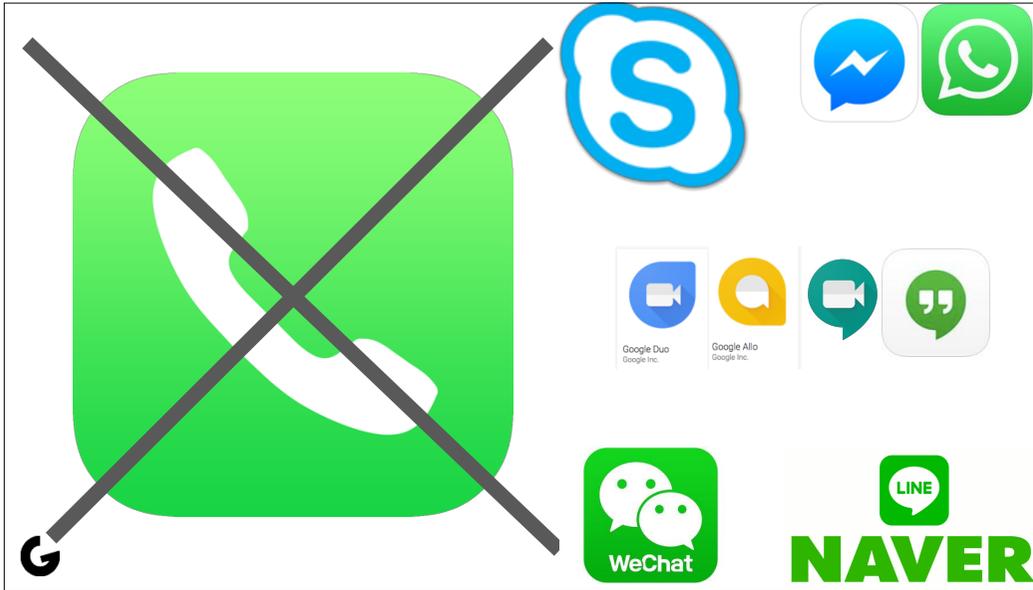
source : Google, Accenture, Fjord



Évolution des attentes client

- 1ère étape : website et social
- 2ème étape : mobile
- 3ème étape : Living Services





LS
Living Services

**THE DIGITISATION
OF EVERYTHING
+
LIQUID EXPECTATIONS**

Living Services

1 Digitalisation of everything :
IOT

+

2 Liquid Expectations :
benchmark intersectoriel

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

Digitalisation : IOT

Billet / Voucher / carte (wallet)
Porte (smart door)
Maison (connected home, echo)
Ecole / Cours (MOOC)
Santé
Politique (civic tech)
Voiture (Tesla OS)
Wearable





Liquid Expectations

- Partir / sortir sans payer (Uber)
- Réserver d'un clic (DoctoLib)
- Commande par bouton (DASH)
- Connexion permanente
- Temps réel pour tout (Periscope)



GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT

© 2019 GRENOBLE

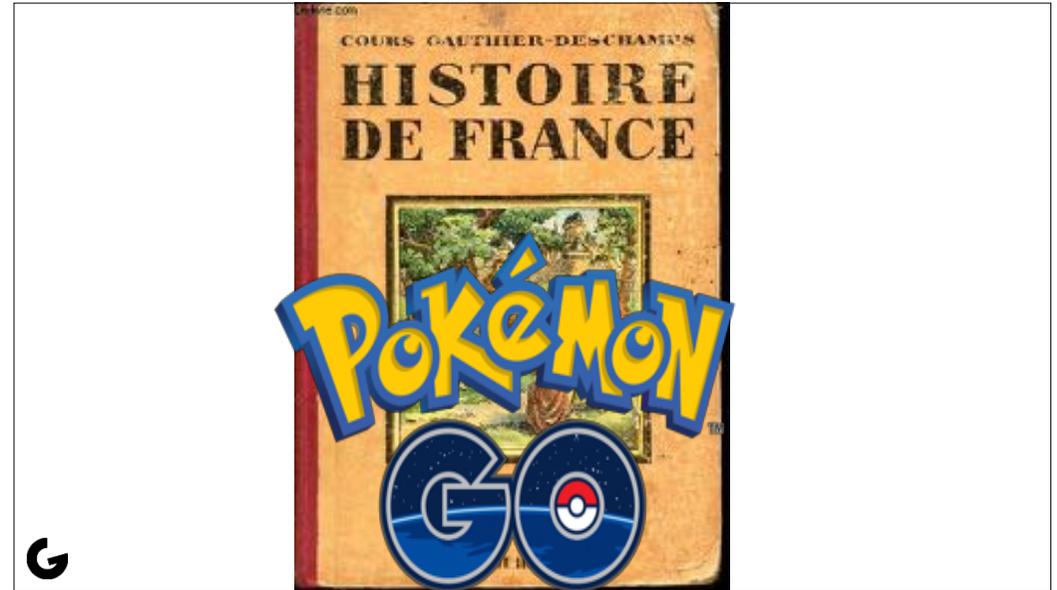
Living services

- Intime et proche de nous
- Impact sur la vie
- Fabrication de plus de data
autorisant l'IA et les changements
en temps réel



GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT

© 2019 GRENOBLE



Consommateur Sans Limite

un consommateur ça ose tout,
ça compare tout,
ça demande (exige) tout,
ça commente tout, partout,
ça ne lit RIEN (tl;dr)
ça demande un secret total des
informations confiées

→ Expectation Economy



GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT

© 2019 GRENOBLE





Les lois de
Michel Audiard



La compétition change de terrain

 **Market Share**

 **Mind Share**

Seth Godin : « marketing is a contest for people's attention »

Jack Trout : « 22 laws : marketing is a battle of perception »

USER
USER
USER
USER



GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT

© 2014 MCM



Key TakeAways

ce qu'il faut retenir



GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT

Liquid Expectations : benchmark intersectoriel



GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT

INBOUND



EMPOWERMENT

NEW
MARKETING
INBOUND

AARRR
CHURN



1

CUSTOMER EMPOWERMENT

One clic away
Power in the hand
AdBlock
Living Services
TouchPoints
Soft Power
AnyDevice
Rapidité

2

INBOUND MARKETING

Permission
VRM / WTS
OnBoarding
ZMOT
SEO
OmniCanal
UI UX IxD SD
Personnalisation

3

AARRR CHURN

Acquisition
Activation
Retention
Revenue
Referral
=
Sales Funnel
Baisse abandonistes



La compétition change de terrain

Market Share

Mind Share

Seth Godin : marketing is a contest for
people's attention

inbound marketing

stratégie et moyens pour **accueillir** les
prospects et clients

offrir les informations
et les outils **utiles** aux prospects/clients

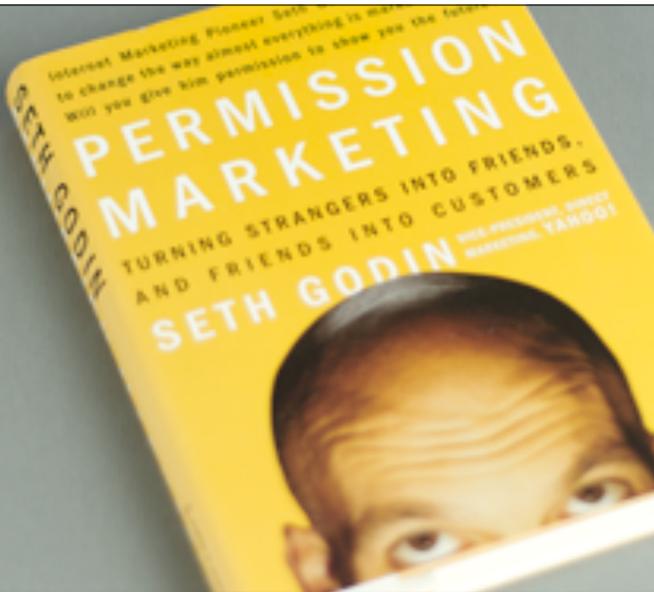
et s'ils le **désirent**
entrer en **relation**

stratégie et moyens pour accueillir
les prospects et clients
offrir les informations
et les outils utiles aux prospects/
clients
et s'ils le désirent
entrer en relation

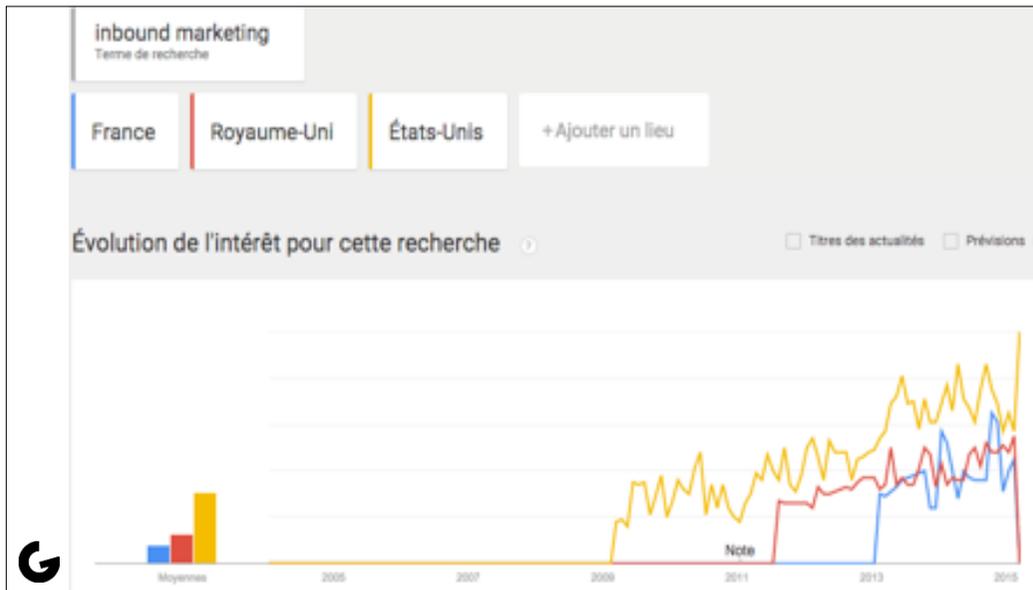


Origines

Permission marketing de Seth Godin (1999)



GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT



inbound marketing

stratégie et moyens pour accueillir les prospects et clients
offrir les informations et les outils utiles aux prospects/clients
et s'ils le désirent
entrer en relation



GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT

Culture Digitale

IMPERSONAL
INTERRUPTIVE
INSENSITIVE

Valuable
Respectful
Lovable

INBOUND

Il vaut mieux toucher
les gens qui comptent

que de compter les
gens qu'on touche



unlearn
unmarketing
unselling
unpodcast

Scott Stratten

UN
MARKETING
Stop Marketing. Start Engaging.

Revised
and Updated



HubSpot

SOFTWARE ABOUT CASE STUDIES PARTNERS PRICING BLOG

WHAT IS HUBSPOT?

HubSpot is an inbound marketing software platform that helps companies attract visitors, convert leads, and close customers.

SALES ESSENTIALS

Traditional marketing is broken.



www.inboundmarketingweek.org

About Events Host Video

Follow the hashtag: #IRW15

March 2-6, 2015

THE GLOBAL INBOUND MARKETING EVENT

REGISTER NOW

HOST AN EVENT



INBOUND

ABOUT AGENDA SPEAKERS TRAINING BLOG REGISTER

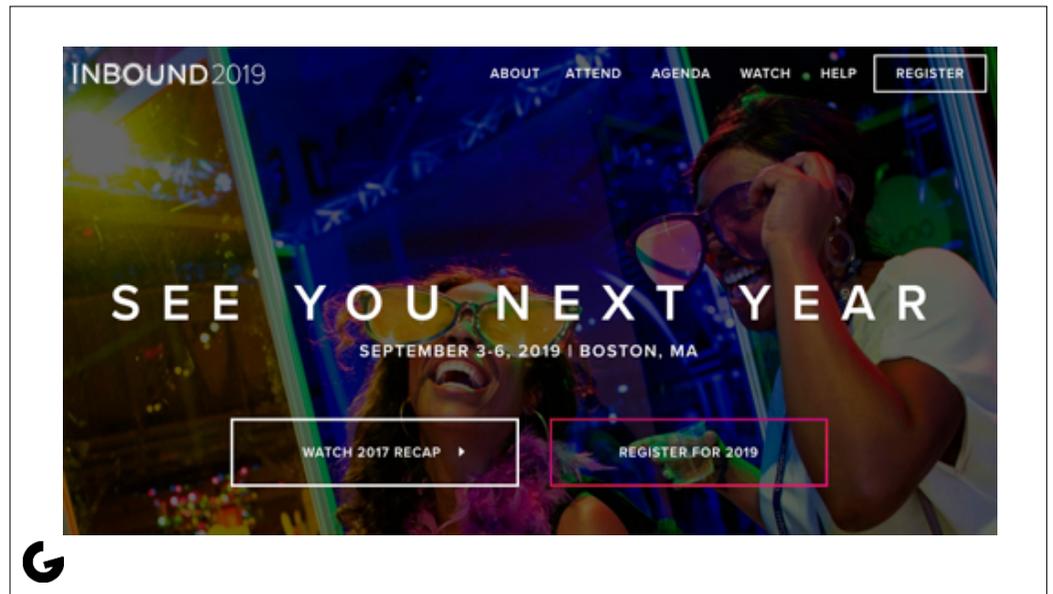
INBOUND 2016

FUEL THE MOVEMENT | NOVEMBER 8-11 | BOSTON, MA

WATCH 2015 RECAP

REGISTER NOW

FEATURED 2016 SPEAKERS



INBOUND 2019

ABOUT ATTEND AGENDA WATCH HELP REGISTER

SEE YOU NEXT YEAR

SEPTEMBER 3-6, 2019 | BOSTON, MA

WATCH 2017 RECAP

REGISTER FOR 2019

Micro Moments
Stimulus
Know / Go
Do / Buy

PRE SALES
Avant-Ventes
Support
Assurance
Rassurance
Confirmation
Stock / délai / livraison
Conditions
Retours possibles ?



Portes d'entrée
vers
INBOUND
MARKETING

AFTER SALES
SAV service client
Social SAV
FAQ
Vidéo Utilisation

Social
Réferals

SEARCH
SEO
+ SEA

Négociation
Closing
ABC



Les moyens du inbound marketing

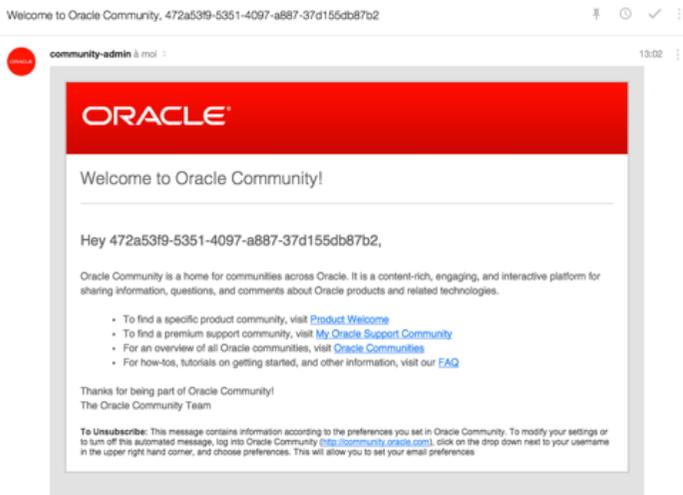
Blog, Webinar
réseaux sociaux
QrCode
ChatBots / LiveChat
brand content

SEM (**SEO** principalement + Social Search, ASO, +/- SEA)

e-mailing en **OPT-in**




comment échouer ?



ou mieux :

noreply@...

TOOLS

	Mail Chimp (ESP)	FTP	
	SurveyMonkey	Sketch3 / iDraw	
	PPT (masque / master)	Canva	
	Word (style)	Cloud SAAS PAAS	
	xMind	AWS / OVH	
	Gantt	bunkR / Prezi	
	Unitag	TRELLO / Scrumblr	
	Xcode	GoogleDrive (Gantter)	
	Excel (TCD)	Hadoop	
	GoogleTrends	Doodle	
	TXT sublime	SalesForce	
	Browser (Chrome)	Merkato	
		NODE	
		ANGULAR D3js	

Tools

ON-LINE

HTML5 + CSS3 + JS (via NotePad+ Sublime)
CMS : Content Management System
 (WordPress, Prestashop, Moodle, Drupal)
Google : AdWords & Analytics
OVH : registrar tools + WhoIs
FTP : File Transfert Protocol

OFF-LINE

MindMap	: Xmind
Gantt	: OpenProj
QrCode	: Unitag
DOC	: Word(style)
Présentation	: PPT (masque)
Tableur	: XLS (budget, TCD, pivot)
PDF	: édition et formulaire

QrCode






QrCode : phygital

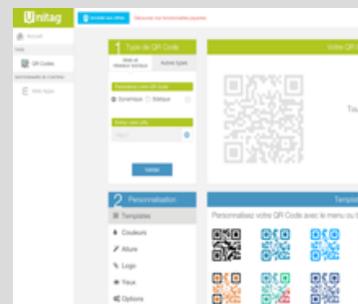
Link
analogique/physique



digital



1
UNITAG
pour encoder
avec action



2
UNITAG
pour lire sur
mobile



https://www.unitag.io/fr/qrcode

Unitag GÉNÉRATEUR ET APP TARIFS CONTACT INSCRIPTION GRATUITE LOGIN

Générateur de QR Code Lecteur de QR Code Guide / Données marché

Générateur de QR Codes

Gratuit et immédiat Personnalisation facile Durée de vie illimitée

1 Type de QR Code

Web & réseaux sociaux Autres types

Entrez votre URL

http://www.toutsurlemarche.fr

VALIDER

Votre QR Code



Important
Tout QR Code n'est pas forcément lisible.
Testez votre QR Code en taille réelle avant toute utilisation.

TELÉCHARGER LE QR CODE

ACTTHINK IMPACT 

URL shortener

ACTTHINK IMPACT 

bitly LINK MANAGEMENT ENTERPRISE RESOURCES BLOG LOGIN SIGN UP GET ENTERPRISE

HARNESS EVERY CLICK, TAP AND SWIPE.

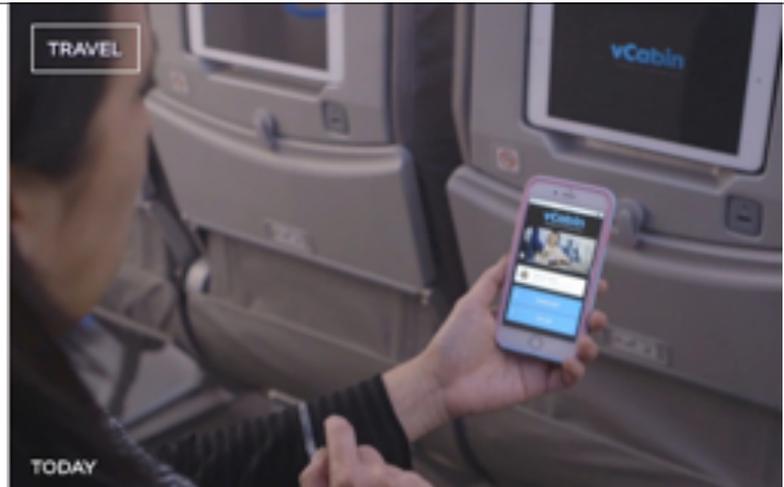
Brand, track and optimize every touchpoint with Bitly, the world's leading link management platform. [Learn More →](#)

Paste a link to shorten it **SHORTEN**

GET STARTED FOR FREE or Go Beyond the Basics →

ACTTHINK IMPACT 

TRAVEL



TODAY

Boeing Wants Passengers To Control Their In-Flight Experience Through Their Phones

Unitag ACCUEIL FONCTIONNALITÉS CONTACT [Inscription gratuite](#)

Découvrez le Offline To Online

Tous vos supports deviennent "cliquables"

Choisissez votre support / lieu à connecter

- Journal ou magazine
- Packaging produit
- Support commercial ou informatif
- Magasin et lieu de vente

Sélectionnez un Tag parmi différentes technologies

- QR Code
- NFC
- Reconnaissance d'image
- iBeacon

Et créez votre contenu numérique marketing

- Jeu concours, coupon, sondage, etc.
- Votre contenu en ligne

Création du QRcode

Utilisation du QRcode

G

EX : Unitag
Créer un QrCode sur
www.unitag.io



- 1/ OnBoarding
- 2/ RoPo
- 3/ OmniCanal
- 4/ ZMOT
- 5/ MicroMoments
- 6/ Parcours client
- 7/ Single Customer View



INSPIRING IDEAS AND TALENT
TECHNOLOGY & INNOVATION

SEARCH 3 PRATIQUE



GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT

CCI GRENOBLE

ACT THINK IMPACT



SA PLACE DANS LE
DIGITAL MARKETING

SEARCH

SEARCH

moteur de
recherche

texte

VS.

FIND

moteur de
réponse

voix

1

INFOBÉSITÉ

1 milliard de sites
2 millions d'APPs
10 milliards
d'interactions
sociales / j
2 millions de
e-boutiques

=

une affiche
dans le désert

2

SXO

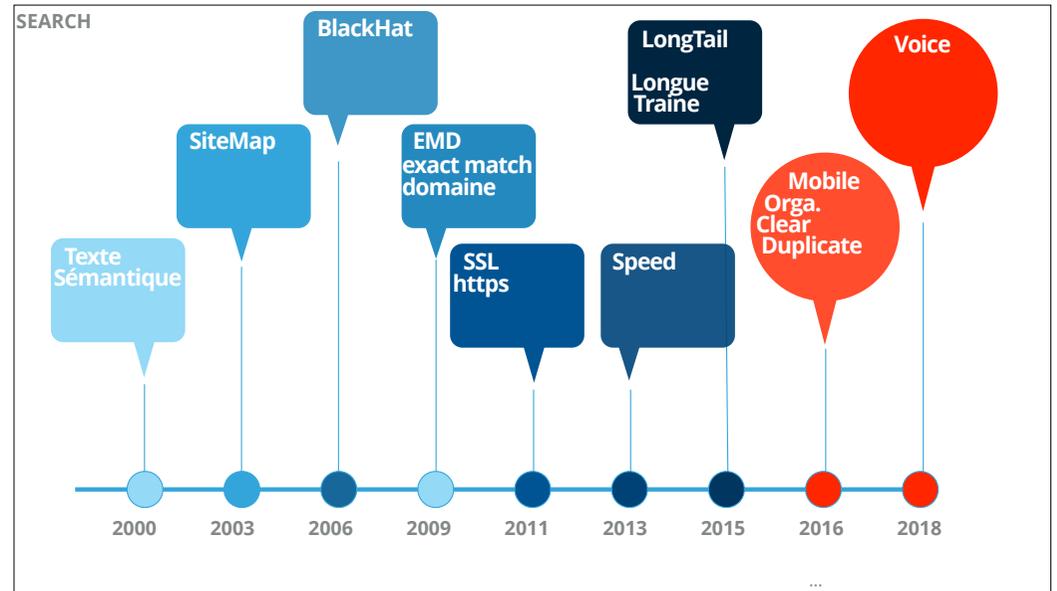
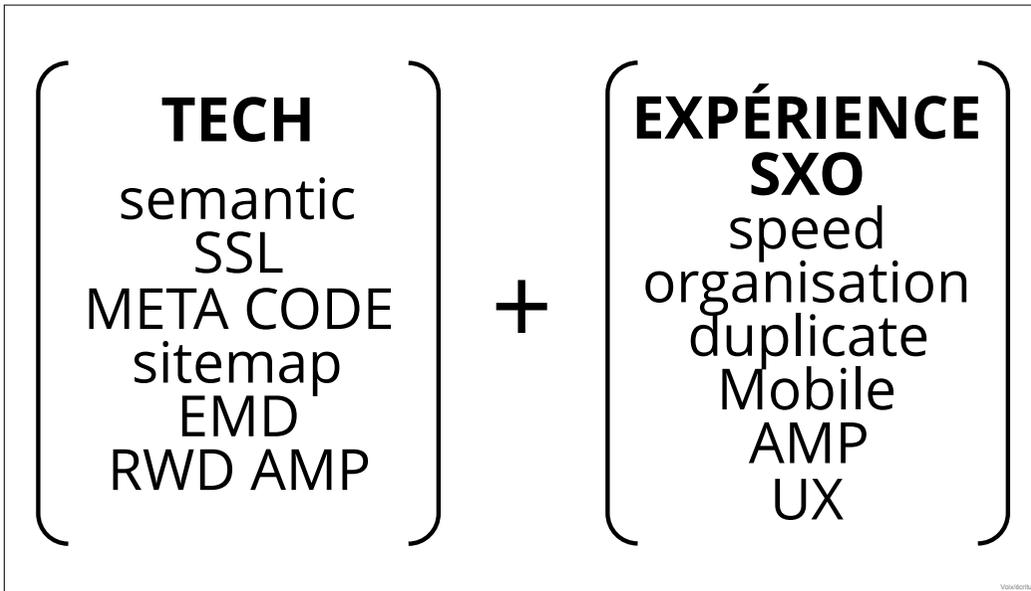
Texte
Contenu
Brand Content
User eXperience
ZMOT
Micro Moment
Réputation
Confiance
Backlink
OnPage / OffPage

3

KPI

Visiteur Unique
(VU)
Engagement
Traction
Clic

PdM
ROI



SEARCH (référencement)
=
SEM
=
SEO + SEA + ASO + SMO
==>
SXO

SEM SEO SEA ASO SMO SXO SERP
Backlink PageRank
Position Zéro AnswerBox
Snippet Knowledge Graph
PAA
GA GSC GoogleUpdate
Search engine - moteur de recherche (réponse)
browser - navigateur
Long Tail - longue traine
KeyWord - Mot Clé
No Scroll
RWD AMP SSL https SiteMap 404

SEO



www.qwant.com

Search tips

filetype:pdf

site:www.abc.xyz

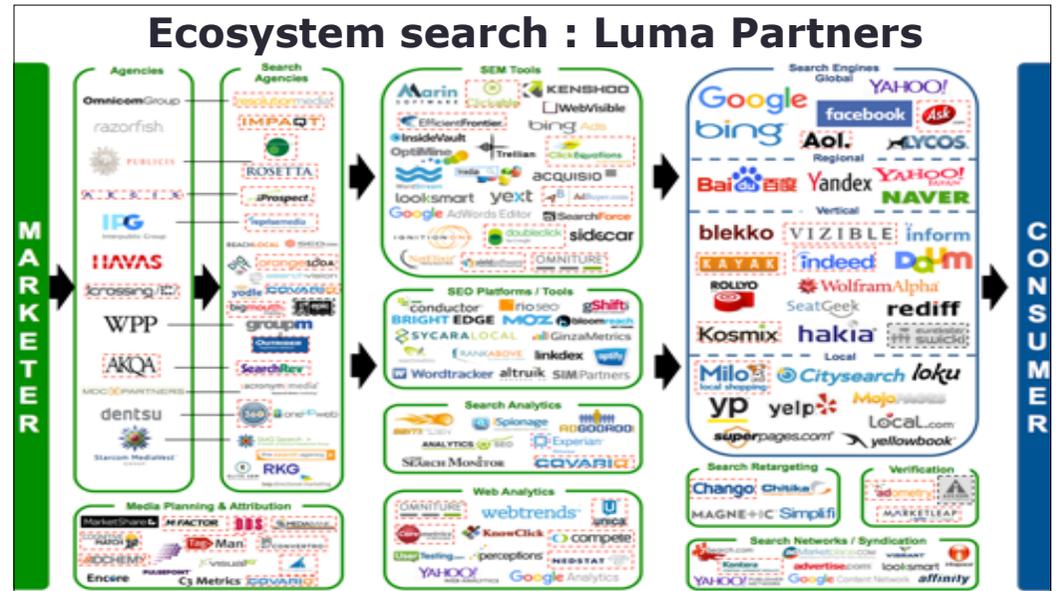
related:www.website.co

SEO SMM ASO

Outils du Inbound par excellence



G



G

SEO

SSL https

Responsive

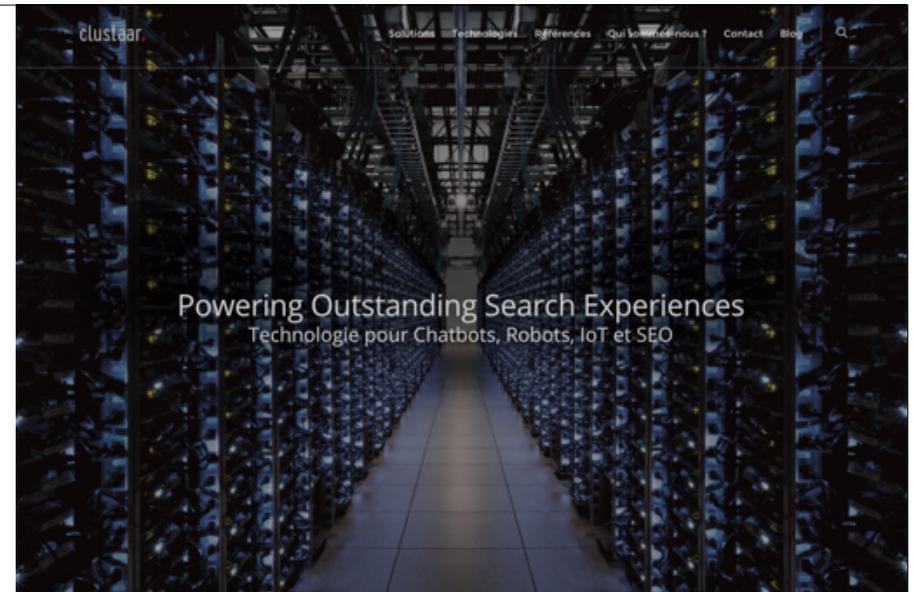
Google

AMP : Accelerated Mobile Pages

How to choose a domain name ?

Domain = URL

Exact match Domain (EMD)



TL;DR

- Utilisez la balise meta name="viewport" pour indiquer au navigateur la façon d'adapter le contenu.
- Consultez notre site Web Fundamentals (Principes de base du Web) pour en savoir plus.

Test de compatibilité mobile

Non adapté aux mobiles

Page non optimisée

Adaptez votre page aux mobiles

Art direction



GOOGLE AMP

Accelerated Mobile Pages

A new approach to web performance

October 3, 2015

Web performance is not unexplored territory for the tech community: [books](#) have been written about it, many [talks](#) have been given - there is even an entire [conference series](#) dedicated to the topic. However, users still frequently see poor web performance in the wild, particularly on mobile devices. Consumption of news articles, and similar relatively static content, is often painfully slow, with pages taking a long time to load. Even after text becomes visible, pages continue to build up over many seconds, as ads and images come into display. The result is an often jarring experience of jerky scrolling and users needlessly losing their reading position.

Over the last several months, discussions between publishers and technology companies began in earnest about the need to improve the entire mobile content ecosystem for everyone - publishers, consumer platforms, creators, and users. We asked ourselves, how can we improve this problem? In some ways, the trend nowadays is to switch to native apps on mobile, but we have read those books, and seen those presentations, and we know that the web can be fast if best practices are followed. To make the web fast at scale, we want to make it easier to create documents that are fast by default.

by [Matty Ogburn](#)
AMP Project Tech Lead

This is a really hard problem to solve, so we decided to reduce scope. The web today is many things: an application platform, an e-commerce platform, a content platform, a gaming platform, and so much more. We decided to focus entirely on static content as it lends itself to more radical optimization approaches that are easier to apply across the board.

We began to experiment with an idea: could we develop a restricted subset of the things we'd use from HTML, that's both fast and expressive, so that documents would always load and render with reliable performance? That experiment has culminated in a [announcing proof of concept](#) we call [Accelerated Mobile Pages \(AMP\)](#). AMP HTML is built on existing web



Google

Search Console

Accueil

Tous les messages (21)

Autres ressources

Trier : Par état de santé de la propriété Par ordre alphabétique

www.ecole-management-montreal.com Site Web
Aucun nouveau message ou problème critique récent.

www.emt-montreal.com Site Web
Aucun nouveau message ou problème critique récent.

www.kratroff.com Site Web
Aucun nouveau message ou problème critique récent.

www.artdelaguerra.com Site Web
Corrigez les problèmes d'ergonomie mobile détectés sur http://www



Google

Search Console

Hubert

Aide

Accueil

Tous les messages (21)

Autres ressources

Outil de test des données structurées

Outil d'aide au balisage

Outil de test du balisage d'e-mails

Google My Business

Google Merchant Center

PageSpeed Insights

Recherche personnalisée

Google Domains

Webmaster Academy

Grâce à l'outil de test des données structurées, vous pouvez vérifier que Google analyse correctement votre balisage de données structurées afin d'afficher celles-ci dans les résultats de recherche.

Si vous ne savez pas par où commencer pour ajouter un balisage de données structurées dans votre code HTML, essayez cet outil de type pointer-et-cliquer.

Validez les données structurées d'un e-mail au format HTML à l'aide de l'outil de test du balisage d'e-mails.

Soignez gratuitement l'image de votre entreprise dans la recherche Google, sur Google Maps et sur Google*.

Grâce à cette plate-forme, vous pouvez importer les données relatives à vos produits sur Google et les proposer dans Google Shopping ainsi que dans d'autres services Google.

Utilisez PageSpeed Insights pour savoir comment optimiser la vitesse de vos pages Web sur tous les appareils.

Exploitez la puissance de Google et créez une expérience de recherche personnalisée pour votre propre site Web.

Trouvez un nom de domaine et créez un site Web à l'aide de Google Domains.

Apprenez à créer un site Web avec un contenu de qualité et à le référencer dans la recherche Google.



backlink : MOZ

MOZ Products Pricing Blog About

Learn & Connect Moz Pro Moz Local Free Tools Log In

Open Site Explorer

URL: http://www.airbus.com/

You entered the URL http://www.airbus.com which redirects to http://www.airbus.com/. Because it's likely to have more accurate metrics, we're showing data for the redirected URL. Instead, click here to analyze http://www.airbus.com instead!

Hide Metrics

Authority

DOMAIN AUTHORITY 80 /100

PAGE AUTHORITY 84 /100

JUST DISCOVERED 911

ESTABLISHED LINKS 4,762

Page Link Metrics

Page Social Metrics

62,235 Total Links

Inbound Links

Target: [dropdown] Link Source: [dropdown] Link Type: [dropdown]

Title and URL of Linking Page	Link Anchor Text	Spam Score	PA	DA
Published Airbus - Wikipedia, the free encyclopedia	www.airbus.com		74	100
airbus.org/wiki/airbus	www.airbus.com			



Backlink : majestic

MAJESTIC

Site Explorer Résultats

airfran.com

Trust Flow 19

Citation Flow 17

Backlinks externes 668

Domaines référents 138

Adresses IP des domaines référents 122

Tous-niveau référents 119

3,280

438

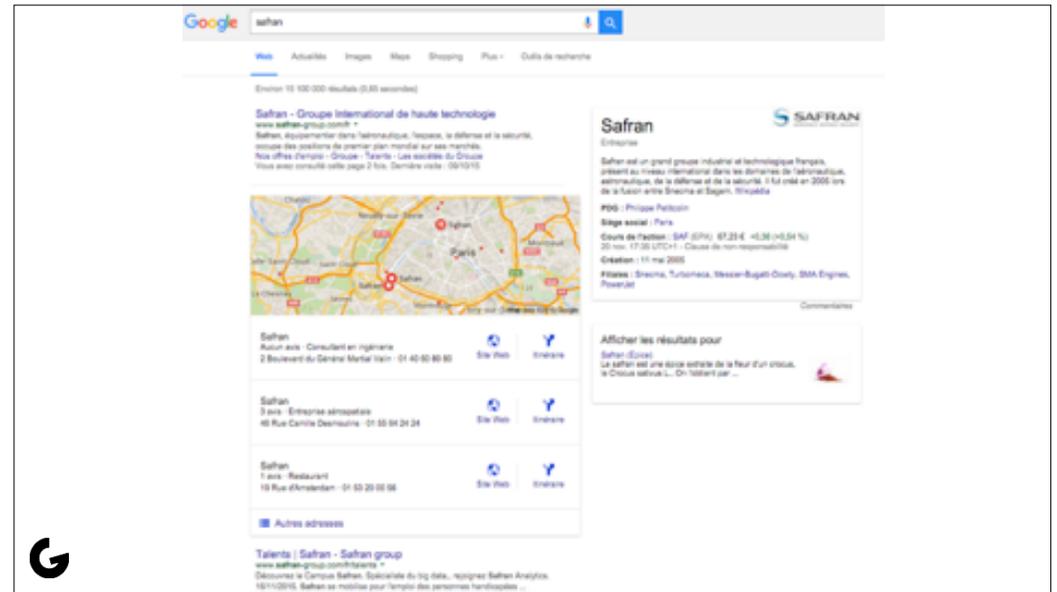
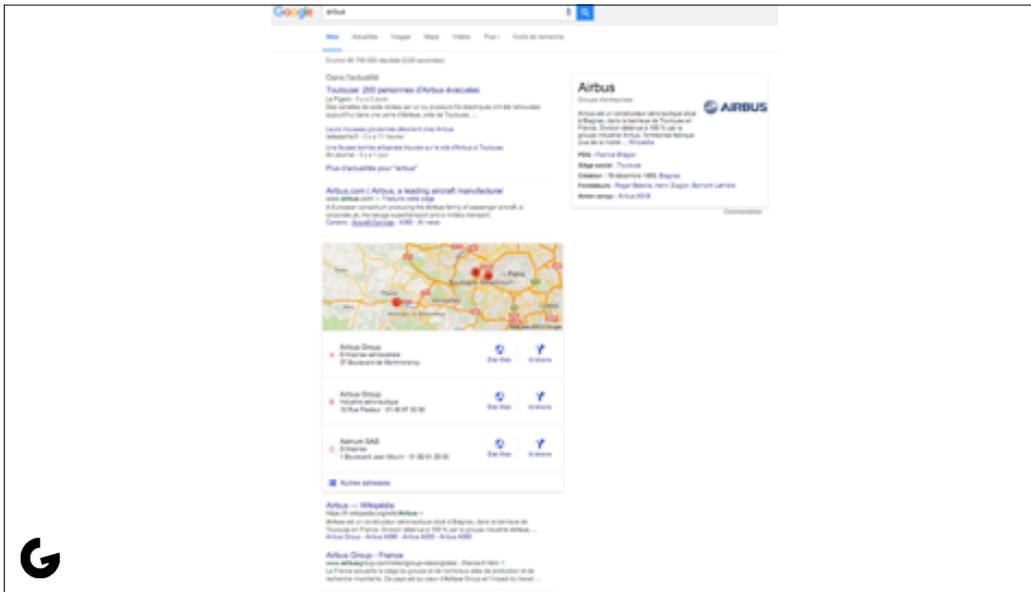
388

281

Titre de la page d'accueil: Indisponible

Backlinks référents dans le





Robots.txt Sitemap.xml

Formats de sitemaps

Nous acceptons plusieurs formats de sitemaps, décrits ci-après.

Tous les formats imposent la même limite aux sitemaps : 10 Mo (sitemaps non compressés) et 50 000 URL. Si vous avez un fichier plus volumineux ou des URL plus nombreuses, vous devez scinder votre liste en plusieurs sitemaps. Vous pouvez éventuellement créer un fichier d'index de sitemaps, c'est-à-dire un fichier qui redirige vers une liste de sitemaps, et nous envoyer ce fichier d'index unique. Vous pouvez nous envoyer plusieurs sitemaps et/ou fichiers d'index de sitemaps.

XML

Nous acceptons le [protocole Sitemap standard](#), ainsi que les extensions XML pour les [vidéos](#), les [images](#), les [ressources mobiles](#) et les [actualités](#). Utilisez ces extensions pour décrire des fichiers vidéo, des images et d'autres contenus de votre site difficilement analysables pour améliorer l'indexation de ces ressources par nos services.

Voici un exemple très simple de sitemap XML avec une seule entrée pour une URL :

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<urlset xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9">
  <url>
    <loc>http://www.example.com/foo.html</loc>
  </url>
</urlset>
```

Page Rank

So, the equation is as follows:

$$PR(p_i) = \frac{1-d}{N} + d \sum_{p_j \in M(p_i)} \frac{PR(p_j)}{L(p_j)}$$

where p_1, p_2, \dots, p_N are the pages under consideration, $M(p_i)$ is the set of pages that link to p_i , $L(p_j)$ is the number of links on page p_j .

The PageRank values are the entries of the dominant left eigenvector of the modified adjacency matrix. This may be written as:

$$\mathbf{R} = \begin{bmatrix} PR(p_1) \\ PR(p_2) \\ \vdots \\ PR(p_N) \end{bmatrix}$$

where \mathbf{R} is the solution of the equation

$$\mathbf{R} = \begin{bmatrix} (1-d)/N \\ (1-d)/N \\ \vdots \\ (1-d)/N \end{bmatrix} + d \begin{bmatrix} \ell(p_1, p_1) & \ell(p_1, p_2) & \dots & \ell(p_1, p_N) \\ \ell(p_2, p_1) & \dots & \dots & \vdots \\ \vdots & \dots & \dots & \dots \\ \ell(p_N, p_1) & \dots & \dots & \ell(p_N, p_N) \end{bmatrix} \mathbf{R}$$



EdgeRank

Facebook Timeline EdgeRank

$$\Sigma = U_e \times W_e \times D_e$$



Rank

=



Affinity

The score between the viewing user and the edge creator.

x



Weight

The weight for this edge type. (Comment, Like, etc)

x

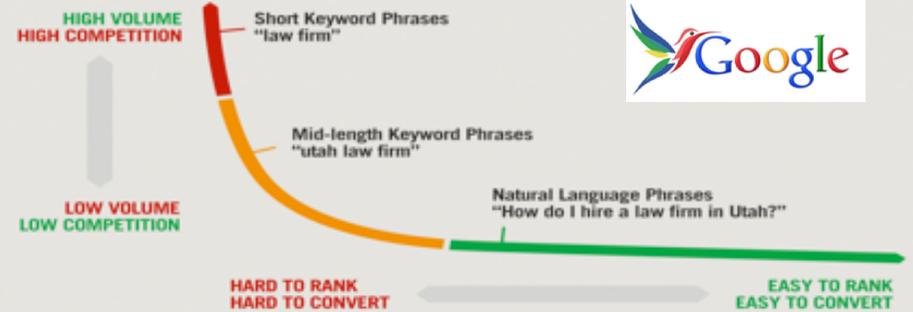


Decay

The decay factor based on how long ago the edge was created.

THE "LONG TAIL" OF SEO

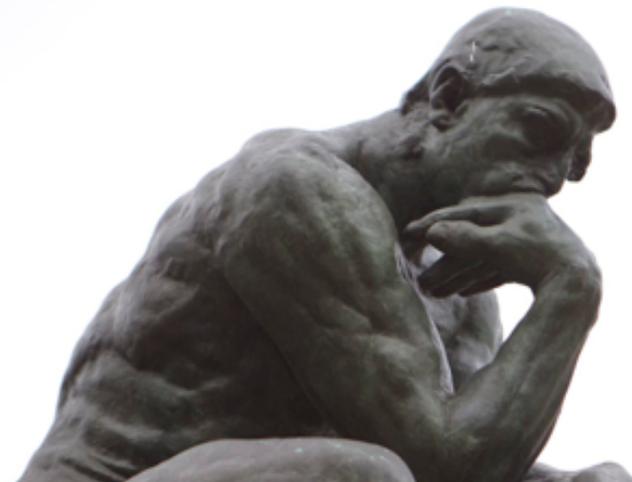
ARE YOU FOCUSING ON THE RIGHT KEYWORDS? A small number of keywords get searched for a lot. A lot of keywords get searched for a little. In many cases, the long tail of "natural language" searches can, in aggregate, be larger than the total volume of short keyword phrase searches. They are also less competitive (and therefore easier to rank for), and more relevant (and therefore more likely to convert).



The benefits of Content Curation for SEO



Wait... I thought Google hated duplicated content. How can Content Curation be good for SEO?



The thing is:
Content Curation is NOT duplicated content

Duplicated

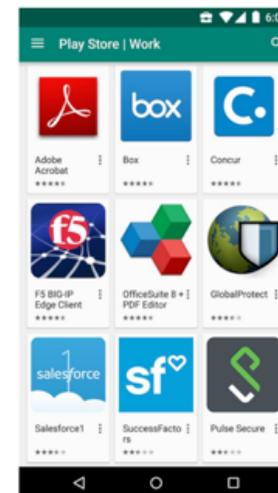
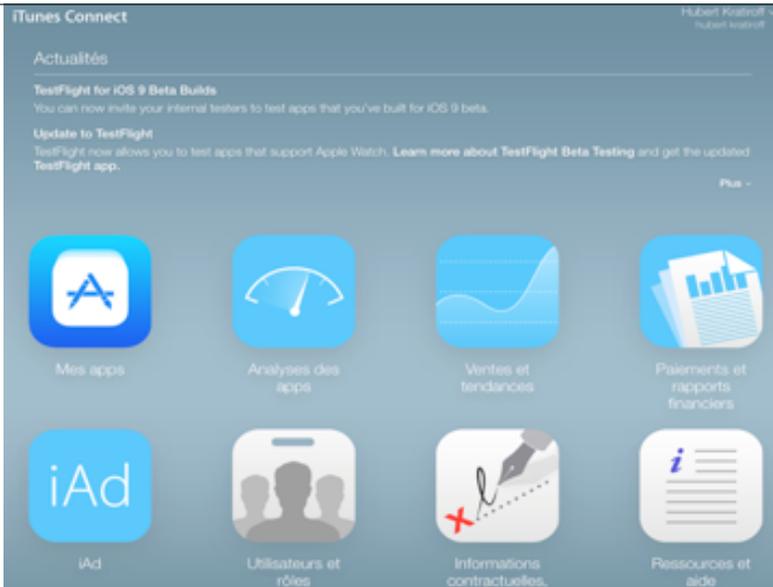
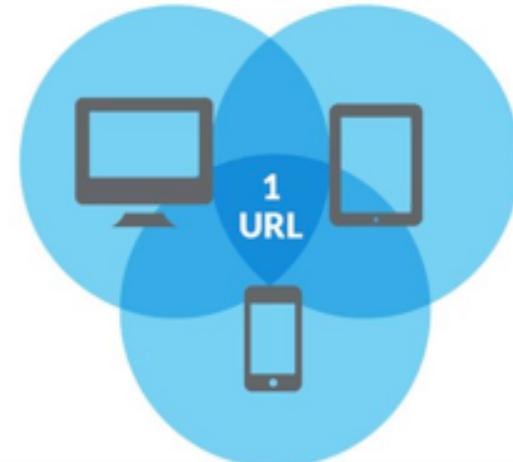
- Copy/paste = repeat
- **Deprives** original content owner from traffic
- **Unethical** to content creators
- Infringes **copyright**
- Adds **no value** to readers
- **Penalized by Google**

Curated

- Link to = quote
- **Drives** traffic to original content owners
- **Beneficial** to content creators
- **Fair Use** legal doctrine
- Adds **value** to readers
- **Valued by Google**



4. Google prefers a single domain for all screens (responsive).



Increase your reach using Google Play

Android offers a standard way to distribute apps to a global audience and integrates with major enterprise mobility management providers. Google Play allows admins to install paid applications with the click of a button using bulk licensing.

Support links

[Distribute apps via Google Play](#)

[Developer support](#)



chrome Solutions Produits Ressources **NOUS**

Chrome, le navigateur et le système d'exploitation connecté au cloud le plus populaire du monde, a donné naissance à une nouvelle génération d'appareils professionnels adaptés aux organisations de toutes tailles.

DÉCOUVRIR LE NAVIGATEUR →

Appareils professionnels rationalisés

Ordinateurs professionnels de bureau ou portables, visioconférence, signalétique numérique et appareils monofonction, vous êtes assurés de trouver une solution Chrome adaptée à vos besoins.

Chromebook Chromebox ChromeBIT Chromebase

...

si vous ne payez rien, c'est que

VOUS êtes le produit

Quant Life

Web Actualités Social Images Vidéos Shopping

SEXE

Web

Sexe féminin (Homonymie) - Vidéo, l'encyclopédie des 8-13 ans
 Sexe féminin (Homonymie) - Vidéo, l'encyclopédie des 8-13 ans le tabac - le Livre d'or
 Présence ou absence en arabe en classe - voir la page

Sexe - Livre - Sexe (Côté Femme) / Sexe (Côté Homme) - Citations
 Kuru sciences.com/magasin/sciences/infos/infos/sexe-cote-femme-sexe-cote-homme-cote
 Livre - Sexe (Côté Femme) / Sexe (Côté Homme) - Citations livre 13090006 Auteur(s) :
 Christine Heuchel, Collectif connexe Auteur(s) : 3

L'islam, le sexe et nous, un essai de Denis Bacholot
 cinetacadmia.com/ressources/materiels/sexes-cote-femme-et-cote-homme-et-nous-un-essai
 L'islam, le sexe et nous, un essai de Denis Bacholot La Cité de l'Éducation le club Canal
 Académie et créez votre compte dès maintenant pour profiter des

Sexe - Wikipedia
 fr.wikipedia.org/wiki/Sexe
 Le mot sexe désigne souvent l'appareil reproducteur, ou l'acte sexuel et la sexualité dans
 un sens plus global, mais se réfère aussi aux différences physiques distinguant les
 hommes et les femmes (des différences psychologiques ou sociales entre les sexes sont
 désignées par le mot genre).

Sexe masculin - Vidéo, l'encyclopédie des 8-13 ans
 fr.wikipedia.org/wiki/Sexe_masculin
 Sexe masculin - Vidéo, l'encyclopédie des 8-13 ans Sexe masculin - Sexe masculin -
 expliqué aux enfants par Vidéo, l'encyclopédie Junior Page de

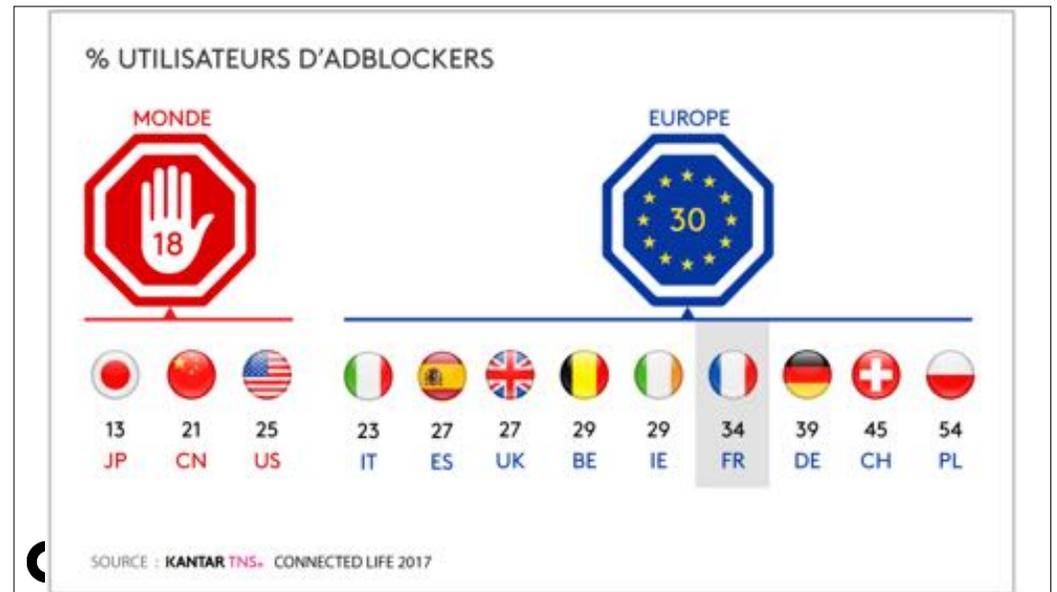
Web

Actualités

Images

Vidéos

Quoi ? Je n'ai pas trouvé de résultats sur ce commentaire.



Modules
EXTENSIONS THÈMES COLLECTIONS PLUS...

recherche de modules

Adblock Plus 3.8.2
par Wladimir Palant

EN VEDETTE

★★★★★
4 956 critiques utilisateur
18 611 620 utilisateurs

Bloque les publicités vidéos sur Youtube, les bannières publicitaires intrusives, trackers, selon vos souhaits.

Bloque les publicités les plus pénibles mais soutient par défaut les sites intégrant des publicités discrètes (paramètre modifiable).

Uniquement disponible sur Firefox — Obtenez Firefox dès maintenant !

Politique de confidentialité

Télécharger quand même

Fonctionne avec Firefox 38.0 - * Voir d'autres versions

Outil de INBOUND par excellence

Personnalisation

LiveChat

LiveChatApp
ZenDesk
intercom.com

INTERCOM Produits Ressources Blog Se connecter Entrez votre e-mail Commencer

La communication avec les clients ne devrait pas être aussi difficile.

THE OLD WAY

THE NEW WAY

Parlez à vos clients en temps réel

Le chat en direct est un moyen plus rapide et plus personnel de communiquer avec vos clients.

ESAYEZ ZENDESK

Le **fastest** way to help your customers

Start chatting with visitors who need your help using a free 30-day trial.

Your business email

NOUVEAU

OOO

Out Of Office messages

000

Thank you for your email! I'll be out of the office for the holiday break, spending time with my family back home in Canada; the weather looks to be fantastic!

Wed Dec 23	Thu Dec 24	Fri Dec 25	Sat Dec 26	Sun Dec 27
Cloudy, a snow shower, cold	A little snow, mainly early	Cloudy, flurries; very cold	Cold with abundant sunshine	Cold with a thick cloud cover
-3° Lo -12°	-7° Lo -15°	-11° Lo -15°	-7° Lo -10°	-4° Lo -10°

Know that I would probably rather be responding to your email; instead I'll be reliving my childhood "character building" experiences of shoveling the driveway 2-3 times a day (that's me in Kitimat 1989).

If you can't wait for my return, at least feel sorry for me. I'll get back to your email on the 28th, or after I've thawed out.

Regards, Stevan



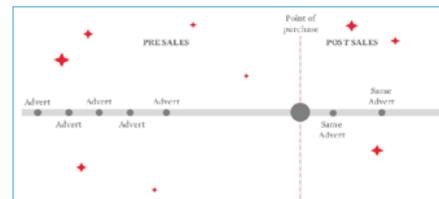

marketing d'influenc e



CONVERSATION MARKETING

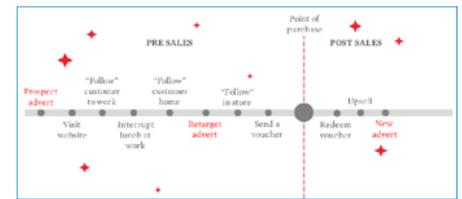


Opportunity to talk : communication



... talk, talk, talk, talk again

Opportunity to chat : conversation



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





GROUPE RENAULT

Conversation

Outil de INBOUND par excellence



Être là où est le client / user / contact



Base de la personnalisation



Conversation mode : ON



GROUPE RENAULT



CHATBOT & LIVECHAT



Les ChatBots : où est le client !

Un peu d'intelligence artificielle

Un peu d'empathie utilisateur sur les habitudes et la plateforme

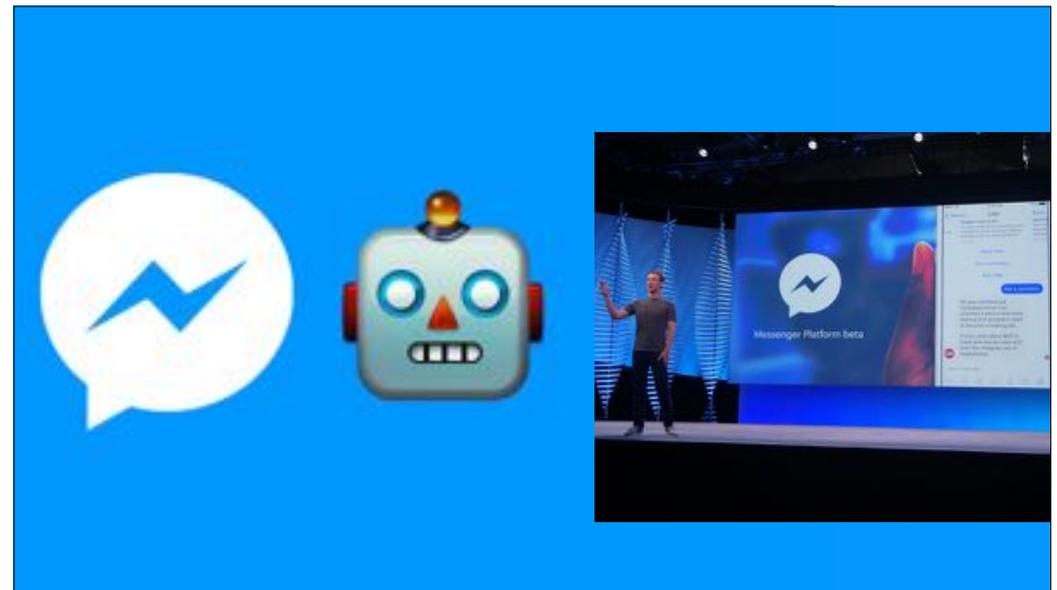
Une rentabilité immédiate

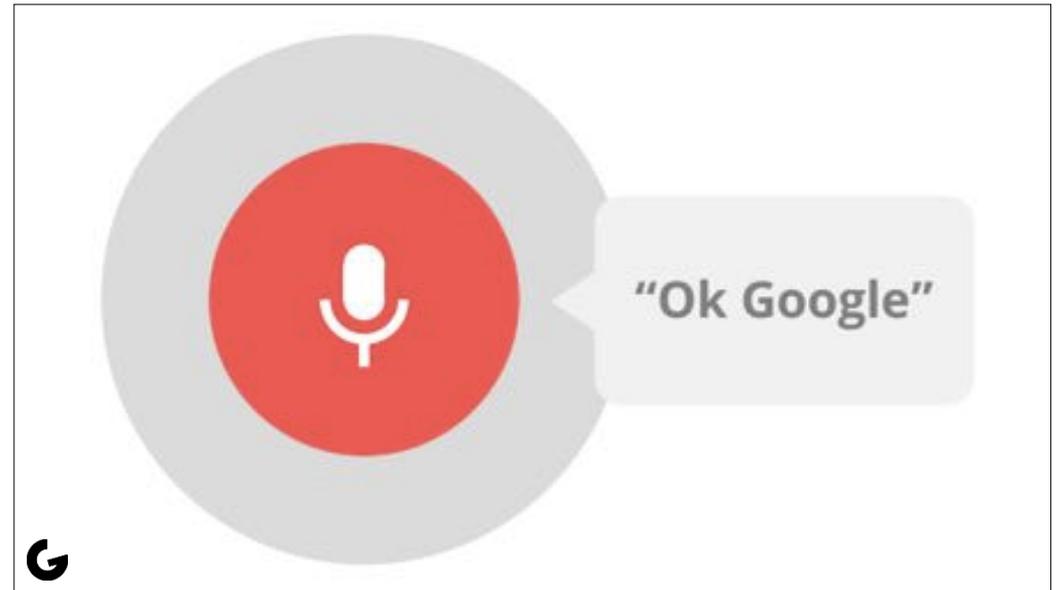
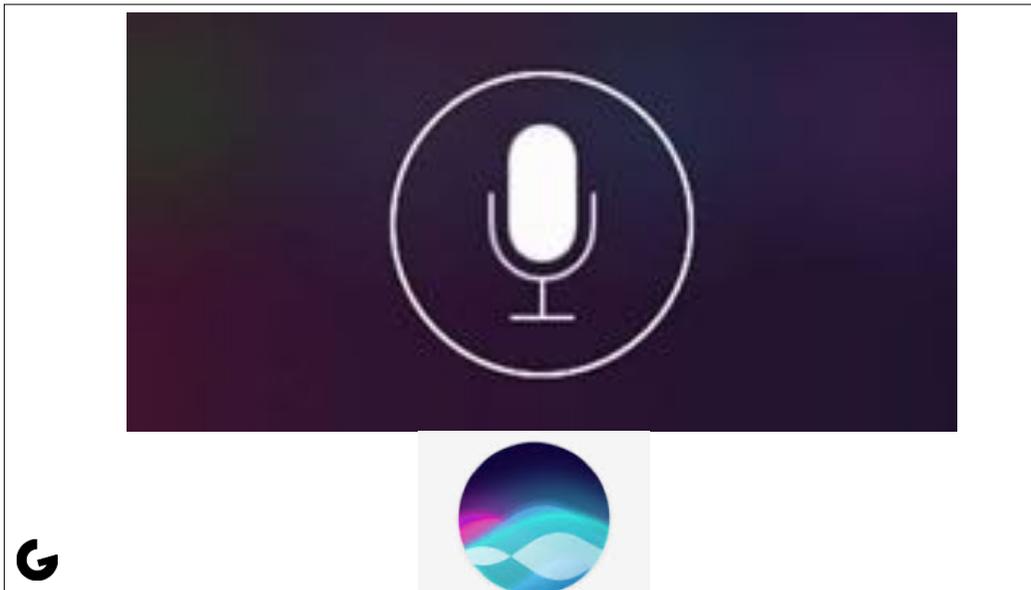
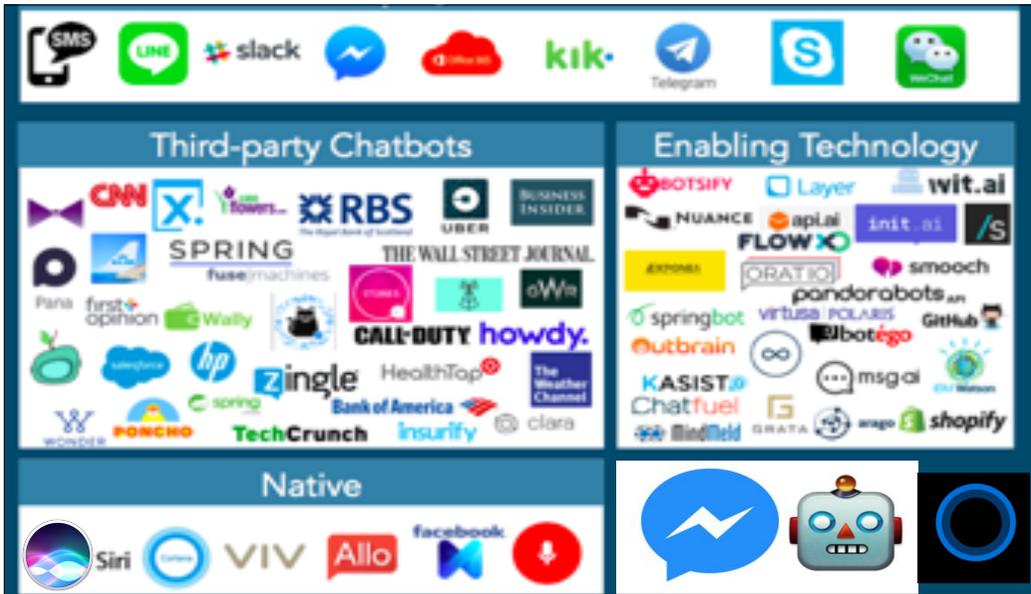
LiveChat automatisé



GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT

© 2019 GEM





Landing Pages vs. Home Page



Une par action
CTA
A/B test

Conversion : 50%
TAG

8 WORLD CLASS
LANDING PAGES
WITH AN OVER 50% CONVERSION RATE

Includes 55 Actionable Tips So You Can Achieve Similar Results

HubSpot



Truth In Numbers

- Landing Page Age: 7 months
- Views: 909
- Submissions: 491
- Submission Rate: 54%
- New Contacts Rate: 3.2%

Why So Many Conversions

- Very clean and simple design
- Compelling subject line
- Subject line ties in very nicely with sub-header and bullets
- Nice example of setting expectations.



EX : Landing Pages

- 1/ Quelle opération ? Quel Média ?
- 2/ Quel CTA ?
- 3/ Quelle accroche par rapport à quelle recherche / mail ?
- 4/ Deux idées en compétition
- 5/ A/B test



GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT

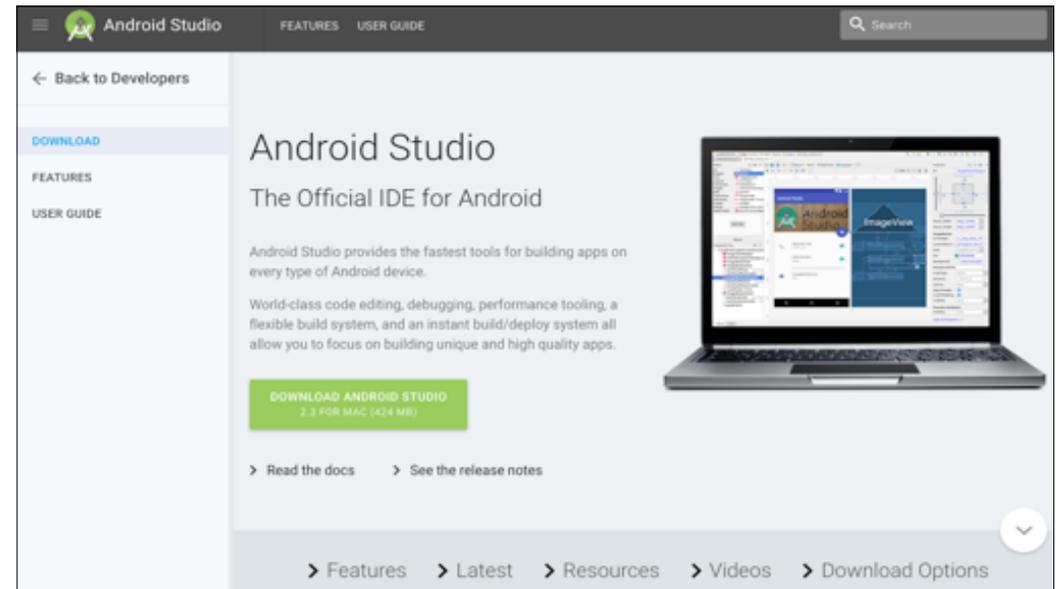
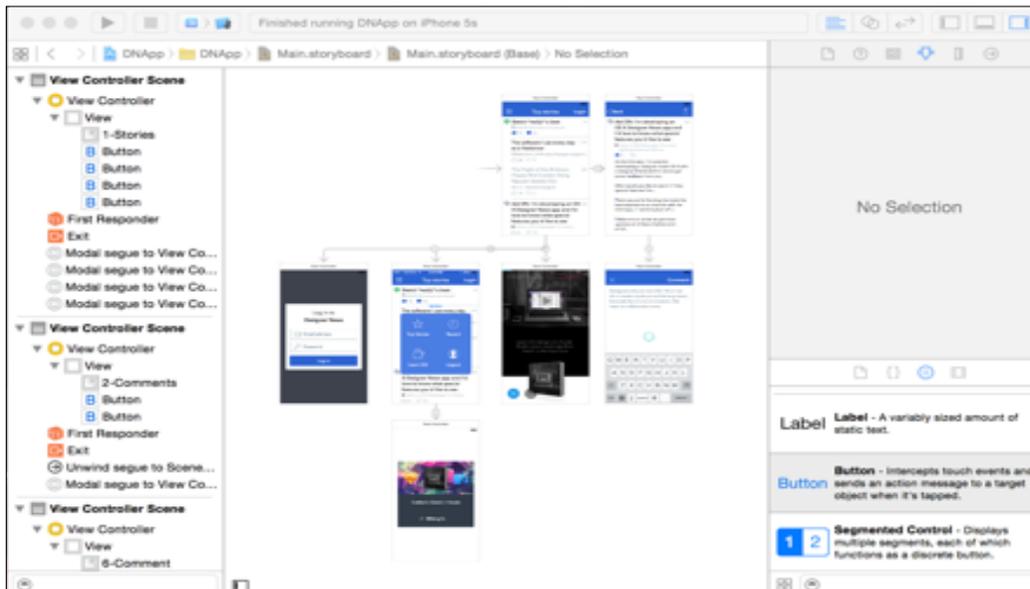
© 2014 WUOL

Mobile APP



native app vs web app xCode + AndroidStudio VS. framework phonegap

NATIVE APPS	vs	WEB APPS
PROS <ul style="list-style-type: none">✓ Allow function with no internet connection.✓ Offer access to the underlying device platform for improved performance and additional functionality (push notifications, device camera, etc.)✓ Distributed via app stores (Apple iTunes, Google Play, Windows Store, etc.)		PROS <ul style="list-style-type: none">✓ Allow a single version to be developed and run on multiple platforms (Android, Apple iOS, Windows Mobile)✓ May be updated instantly on the server side for rapid deployment.
CONS <ul style="list-style-type: none">✗ Developing only one native app excludes users on other platforms.✗ Can require considerably more time and money to develop for multiple platforms.✗ Require users to download and install updates.		CONS <ul style="list-style-type: none">✗ Require internet connection to function, and may perform erratically on low quality data connections.✗ HTML5 adoption is fragmented across platforms and web apps may not render consistently.✗ Do not support Digital Rights Management (DRM), background processing, or secure storage and push notifications.





VRM

... après le CRM & TRM
VENDOR Relationship management

ABM : Account Based Marketing



**Le client décide des
étapes du cycle de vie
(LTV)**

STOP SELLING START HELPING



The screenshot shows the Dassault Systems website. At the top, there is a navigation bar with the Dassault Systems logo and links for 'INDUSTRIES', 'PRODUITS ET SERVICES', 'ACHETER', 'SUPPORT', 'FORMATION', and 'PARTENAIRES'. A search bar is on the right. Below the navigation bar, there is a main banner for 'CATIA | FAÇONNER LE MONDE DANS LEQUEL NOUS VIVONS'. To the right of the banner, there is a promotional message for 'CATIA Creative Design & ICEM Conference 2015, 17 et 18 novembre, Vélizy Villacoublay | France' with a 'S'inscrire maintenant' button. Below the banner, there are three main sections: 'ACCÈS RAPIDE' with links to 'Découvrir CATIA SOCCORPENCE', 'Communauté et groupes d'utilisateurs CATIA', and 'E-administrateurs et développeurs gratuits'; 'CATIA SUR LE CLOUD' with a 'Voir plus' button; and 'RECHERCHER UN PARTENAIRES' with a 'LIVE CHAT VENTES' section. At the bottom, there is a 'DÉCOUVRIR CATIA' button.

ABM

Account Based Marketing

Stratégie marketing 1to1



THE UI AND UX DESIGN

POCKET GUIDE

VOLUME ONE

marketing
produit / service



marketing de
l'expérience...

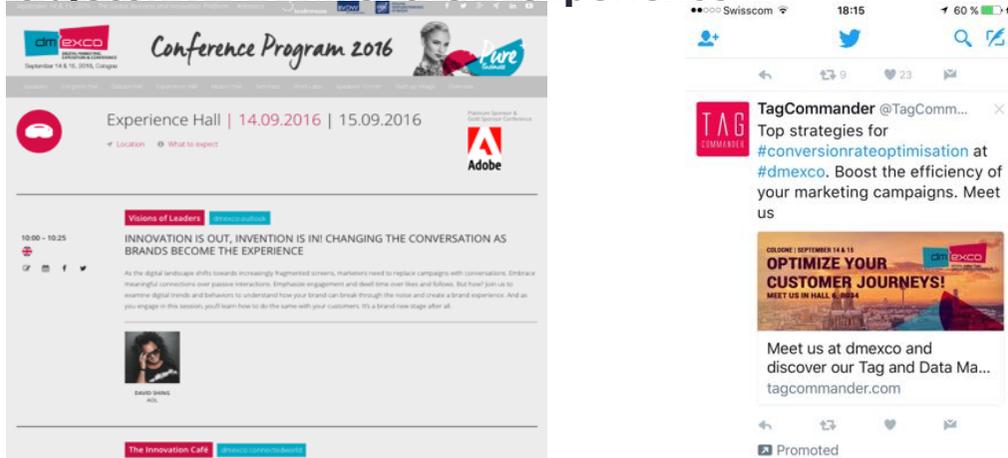


GRENOBLE
ÉCOLE DE
MANAGEMENT

© 2018 W&L

Digitalisation des entreprises

Objetif N°1 : Améliorer l'expérience



UX : User eXperience

toutes interactions
perçues par l'utilisateur
avant, pendant et après
l'usage

toutes : omnicanal
interactions : touchpoint, point de contact
perçues : même pas voulues par entreprise
utilisateur : client, consommateur
avant, pendant, après : parcours complet,
customer journey
usage : achat, utilisation, test, destruction

USER...

C : CUSTOMER
E : EXPERIENCE
M : MANAGEMENT



EXEMPLARITÉ

UX



SIMPLE

Easy to set up and use

SMART

Just press the button to get your essentials

FREE

After the first press



WATCH VIDEO

BUY DASH BUTTON FOR 14.99 AND RECEIVE A 14.99 CREDIT AFTER YOUR FIRST PRESS

New Dash Buttons



Household Supplies



HOW IT WORKS



SET IT

Set-up and place Dash Button



PRESS IT

When you're running low on your favorite product



GET IT

Receive your product before you run out





UX Guru

with Jony Ive



Dieter Rams (Braun & Bauhaus de Walter Gropius)



Worst UX Ever



Doctolib Vous êtes un praticien ?

Médecin, établissement... ORL Neully-sur-Seine Rechercher

Honoraires **Moif de consultation** Consultation pour chirurgie de la face et du cou Disponibilités

Réserver en ligne un RDV avec un ORL à Neully-sur-Seine

Dr Xavier LACHEVER
ORL
20 Rue Parménier
92200 Neully-sur-Seine
Conventionné secteur 2
Prendre rendez-vous

	jeu. 12 janv.	ven. 13 janv.	sam. 14 janv.
19:00			

D'autres ORL sont réservables en ligne dans les environs de Neully-sur-Seine

Dr Olivier RACHINEL
ORL
22 Rue des Belles Feuilles
75116 Paris
Conventionné secteur 2
Prendre rendez-vous

	jeu. 12 janv.	ven. 13 janv.	sam. 14 janv.
14:30			



Recherche 14:23 89%

Discover

Le Monde

Konbini Le Monde
5 lois passées pendant que tu bronçais
Votre antipub... va vendre de la pub

ABP

Peur de nous rater demain ?
Faites glisser pour vous abonner ↑

PARALYMPIC GAMES melty

Guérir une gueule de bois avec du bacon?
Les Français en LDC : la stat qui fait du bien

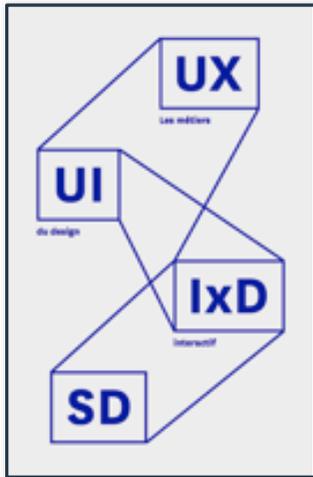
Le Monde
SOUSCRIRE

Zappos Delivering Happiness

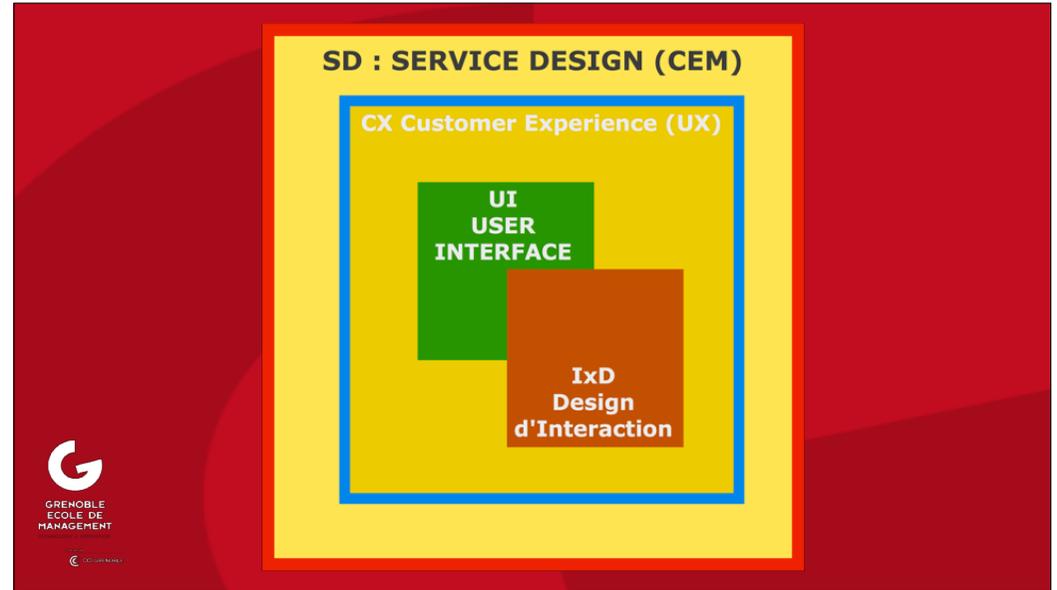
One of *Fortune Magazine's* 25 Best Companies to Work for

DELIVERING Happiness
A PATH TO PROFITS, PASSION, AND PURPOSE

Zappos **TONY HSIEH**
POWERED BY SERVICE CEO, Zappos.com



 designers interactifs
www.designersinteractifs.org



UI : User Interface
Beauté

UX : User eXperience
Intelligence

#330

**A USER INTERFACE IS
LIKE A JOKE. IF YOU
HAVE TO EXPLAIN IT,
IT'S NOT THAT GOOD.**



UI:

User Experience by Design
(UX design)



UI:

The Best Interface Is
No Interface



inlink:

The Best Link Is
No Link
(all inside)



UX : User eXperience

CX : Customer eXperience

UI : User Interface

IxD : Interaction Design (x?)

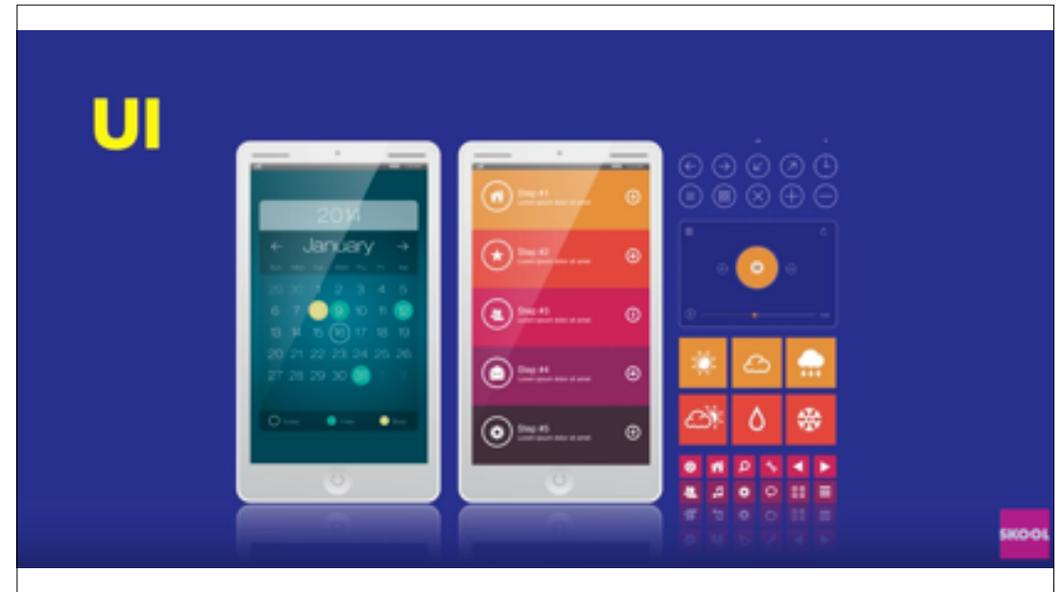
SD : Service Design +DT Design Thinking

CXM : Customer eXperience Mgt

CEM : Customer Experience Mgt

CXO : Chief eXperience Officer

UX = CX
user ≠ customer



User Interface

Typo

Couleur

Mise en page

Disposition

Bouton (CTA)

Harmonie

A/B Testing

Clarté / suivant

Auto Apprentissage

...



User Interface : minimaliste



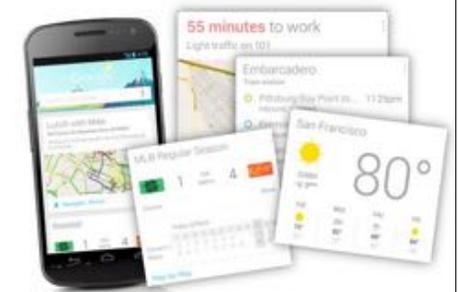
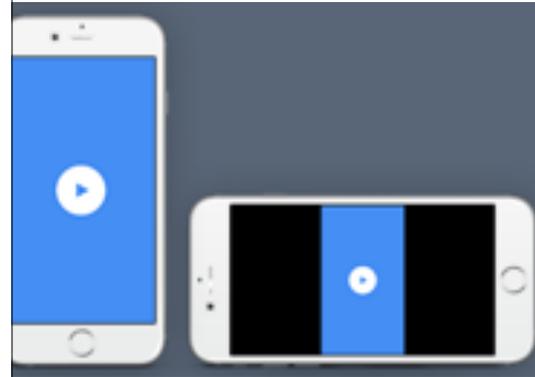
Material design

User Interface : micro interaction



interaction
design = IxD

User Interface : video + card



UI // UX

l'UI c'est la beauté,
l'UX c'est l'intelligence ...

... on peut être
les deux à la fois

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



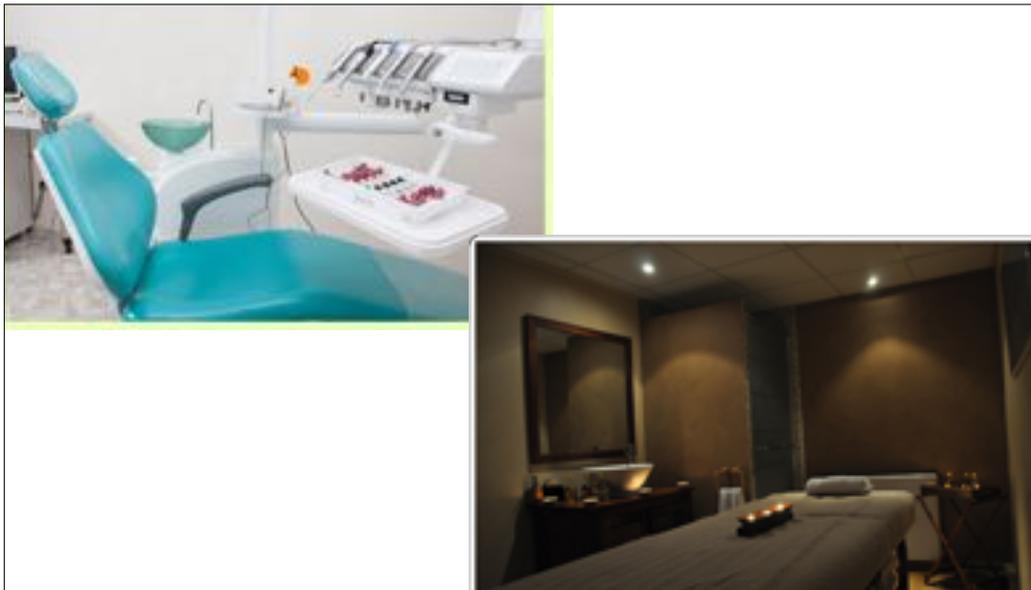
1/ Supprimer les :
irritants, allergènes
points de friction (frictionless)
coutures (seamless)
défauts (flawless)

= *simplifier*



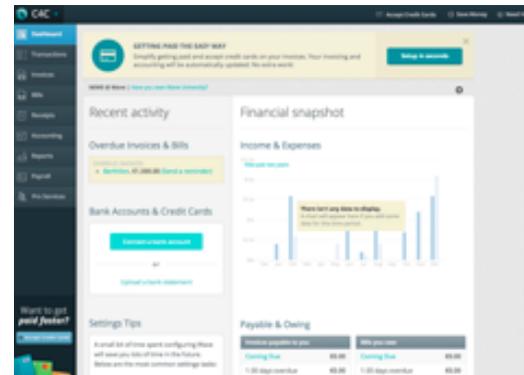
2/ Ajouter :
satisfaction, fluidité
art, plaisir, sentiment
personnel, émotion
sourire, humour

= *enchanter*



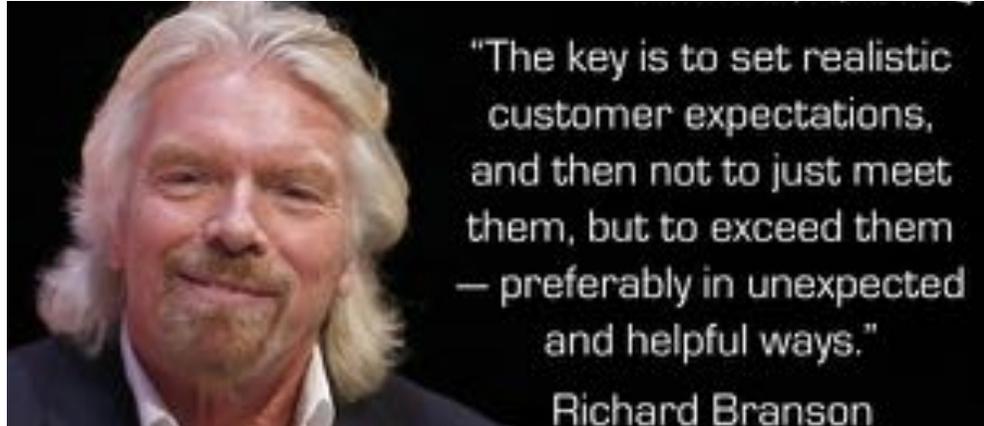
waveapps.com

usertesting.com



Recette du succès

s'appeler Steve Jobs ou Richard



Recette du succès

s'appeler Steve Jobs ou Richard



EX : UX

1/ Supprimer :

les irritants, les allergènes
les coutures (sans)
les défauts (flawless)

2/ Ajouter :

satisfaction, fluidité
art, plaisir, sentiment
personnel, émotion, sourire, humour



ONBOARDING



OnBoarding

Version RH : accueil

Version Digital : Prise en main

Fluidité des formulaires

Facilité des procédures

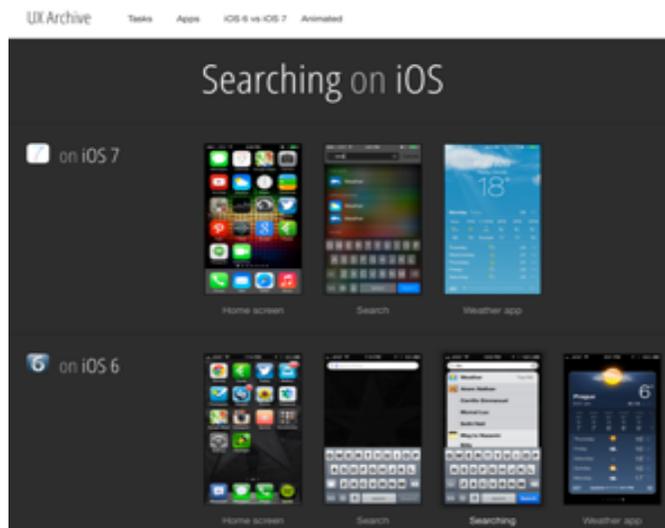
UI et IxD

OnBoarding

paradigme du parcours client
paradigmatic customer journey

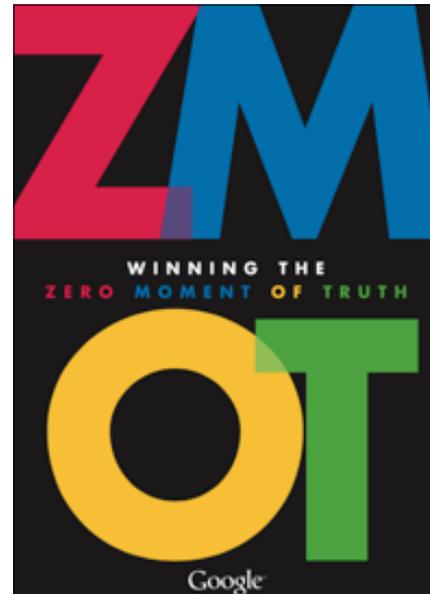
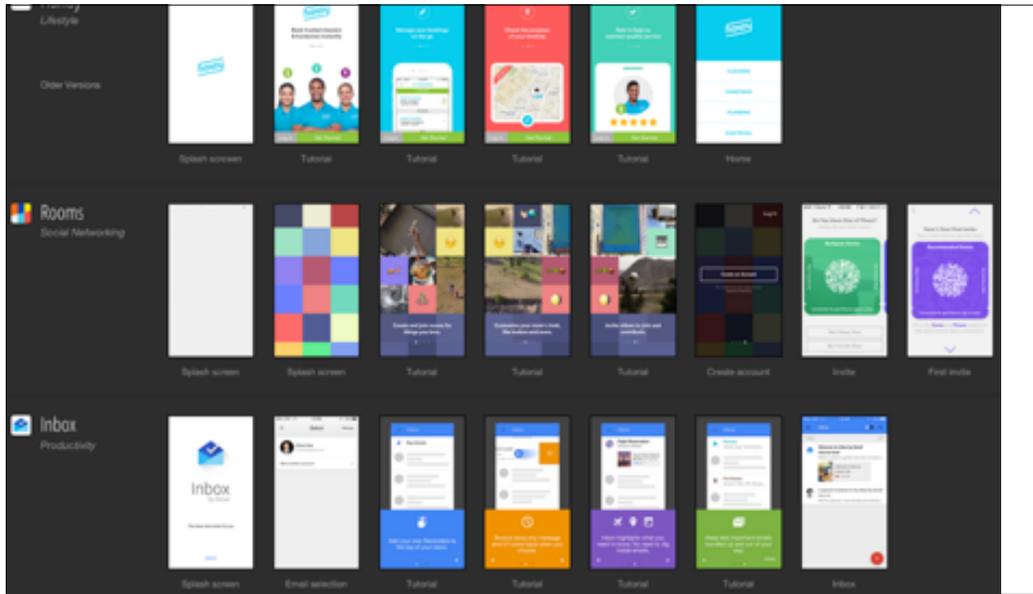
30% des APPS qui sont téléchargées sont supprimées après moins d'une minute d'utilisation

RH : arrivée du nouveau salarié
Service : arrivée de l'utilisateur



Bienvenue sur Dropbox !

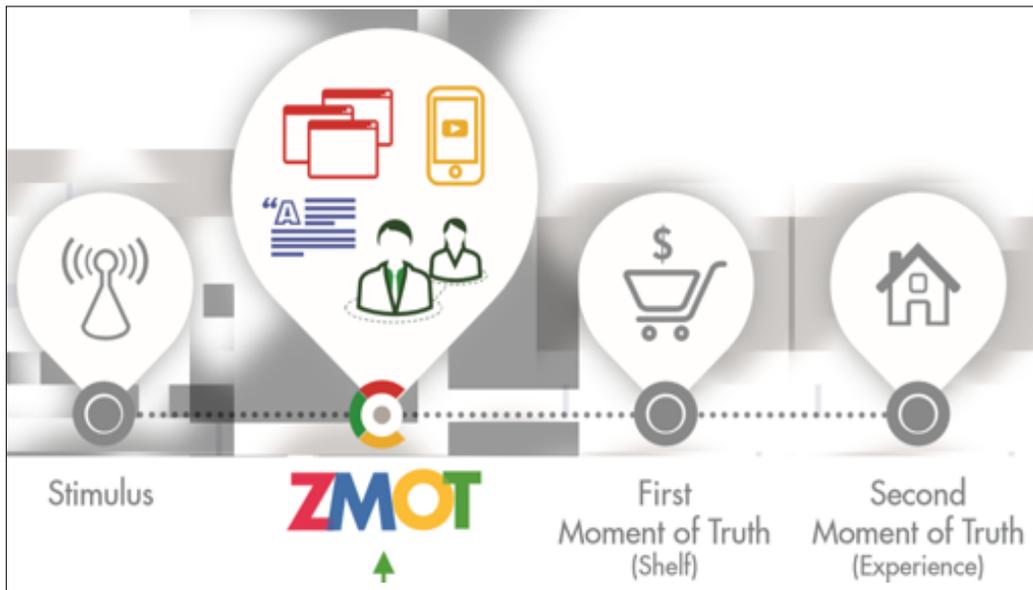




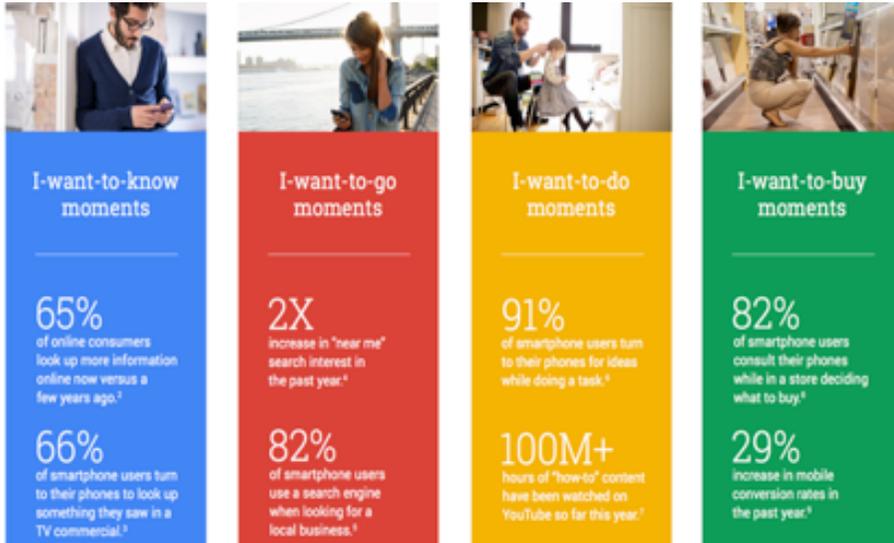
JIM LECINSKI
CHIEF ZMOT EVANGELIST



P&G 2005 : First Moment of Truth
+ Google 2010 : + ZERO MOMENT



think with Google **ZMOT** → **micro moments**



REAL TIME MARKETING

The Oreo Moment



RTM

réaction en moins de 2 mn

base de conversation et de l'interaction

Millennials (aka GenY) et surtout Gen Z : impatient

OMNICANAL
WTS
ROPO



ROPO
ROBO

multi
cross



...
être là où est le client,
utiliser l'outil du client,
optimise
l'expérience client



Multichannel



All channels available to the consumer...
... but not themselves integrated.

vs

Omnichannel



All channels available to the consumer...
... and are connected.



Simple cross canal mail-web

1. réception d'une newsletter avec 3 produits
2. clic sur le deuxième produit
3. landing page OK (deuxième produit)
4. impossible de retrouver les deux autres produits sur le site
5. il faut revenir au mail d'origine en webmail avec perte de page



GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT

© 2014 GRENOBLE

Key TakeAways

ce qu'il faut retenir



GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT

© 2014 GRENOBLE



GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT

© 2014 GRENOBLE

INBOUND



EMPOWERMENT

NEW
MARKETING
INBOUND

AARRR
CHURN



1

CUSTOMER EMPOWERMENT

One clic away
Power in the hand
AdBlock
Living Services
TouchPoints
Soft Power

2

INBOUND MARKETING

Permission
VRM / WTS
OnBoarding
ZMOT
SEO
OmniCanal
UI UX IxD SD

3

AARRR CHURN

Acquisition
Activation
Retention
Referral
Revenue
Sales Funnel



Churn en baisse

⊖ abandonniste

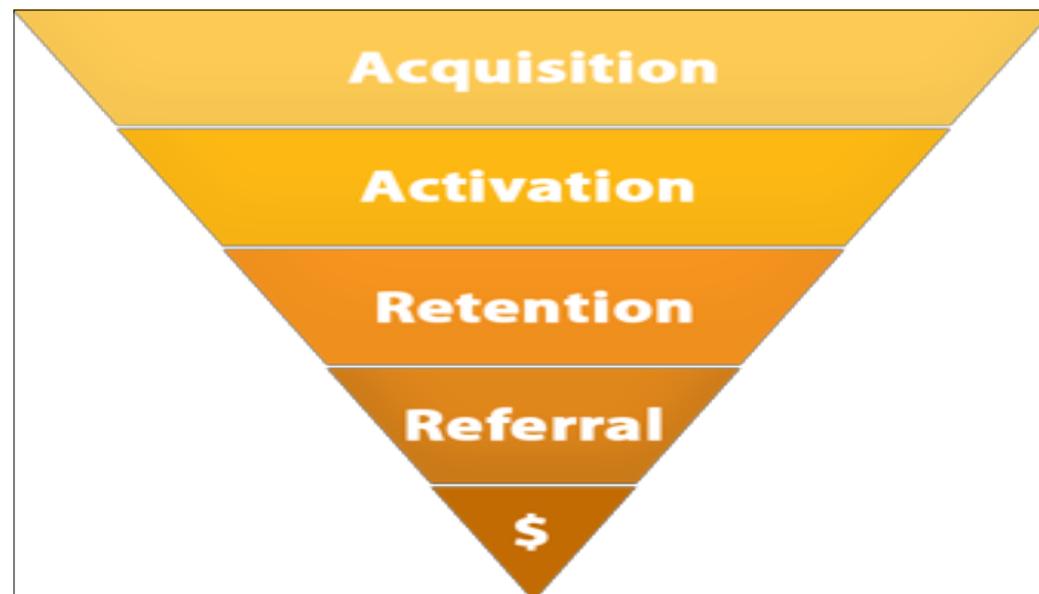




AARRR



agir sur la pente de
l'entonnoir



PARCOURS
CLIENT

