

EPO3

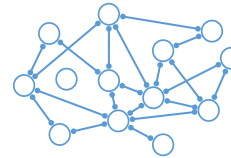
#MahsaAmini

PREVIOUSLY in 180 sec

NBIC

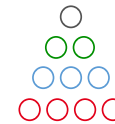
DeFi
DAO

DeFi : decentralized finance



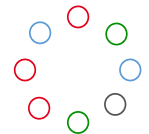
DAO: decentralized autonomous organization

HOLACRACY



Top-Down

old / XIXe century / hierarchy / pyramid / slow
silo / secure / indirect /



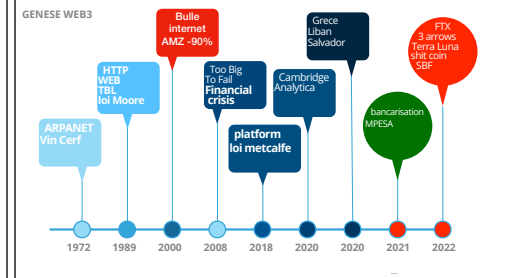
Holacracy

new / Zappos Hsieh / fast / risky / direct / Robertson

professionalWEB3

NFT PLAY TO EARN PERMISSION
UX PERSONA HYBRID CRYPTO
MICA e-Sport
BLOCKCHAIN ID SHA256 LIQUID GAFAMS
DAO WEB3 METAVERS

NFT privacy DIGITAL ID DeFi DAO
MICA esport gameFi play to earn
WEB3 Smart Contract
BLOCK CHAIN ICO EVM TOKEN METAVERS
NEXT 40



The term "Web3" was coined by Gavin Wood in 2014
Ethereum & Polkadot founder

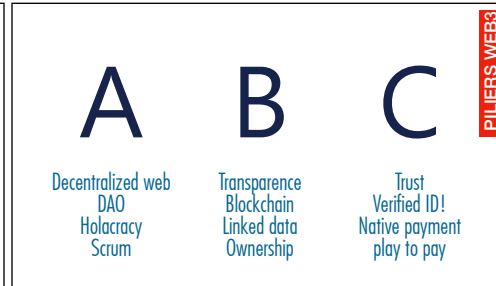
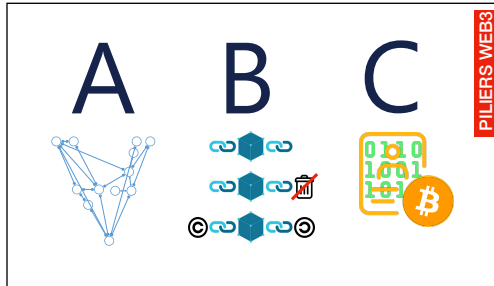
« decentralized online ecosystem based on blockchain »



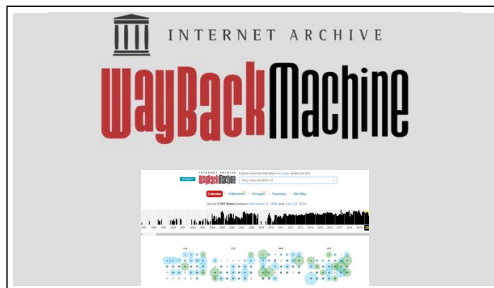
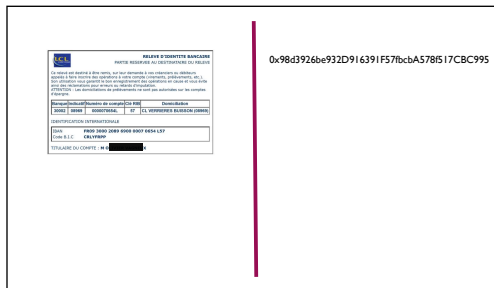
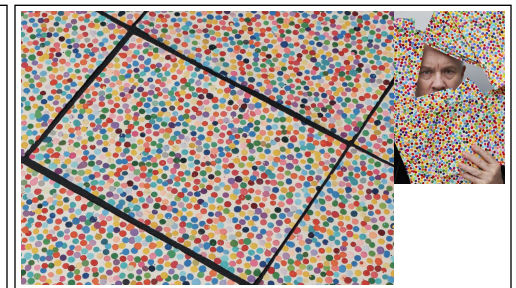
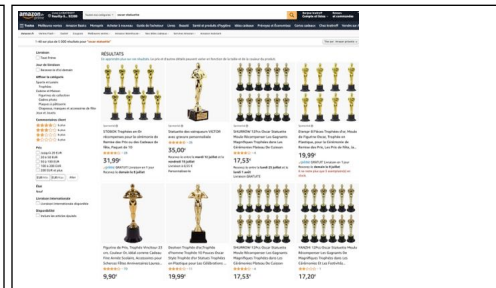
Web3 is an extension framework for creating trustworthy multi-user, economically viable applications.



1 professionalWEB3



HASH (SHA256 calcul)
 clé privée / public
 Tokenisation
 NFT




Risques WEB3

VC	Droit à l'oubli	Courbe apprentissage
les investisseurs peuvent prendre des positions dominantes	impossible d'effacer la blockchain, le passé est figé	détenir ses informations oblige des connaissances techniques

Risques WEB3

copyright	scam	hyper tokenisation
art original facile à voler et à protéger au nom d'un tiers	manipulations nombreuses sur base d'idées brillantes	peut-on durablement tout tokeniser sans risquer une pénurie



not your keys
not your coins

Le WEB3 est :
plus complexe
plus technique
plus codé
plus acteur

moins assisté
moins infantilisé
moins le produit

BESOIN DE FORMATION




PXM



Product Experience Management

PXM

DEFINITION ?
metavers ?
...



GPT-4 rumored to be 500X more powerful than GPT-3

GPT-3: 175 billion parameters
 GPT-4: 100 trillion parameters?

facebook horizon metaverse




ROBLOX



ROBLOX



a/ HASH 256
 What is it ?
 How do you calculate a hash 256 ?
 IS
 *59b494e72142ed8dce6dcae1774e2188787e149560742391fb78afdadd3624d8" the right hash 256 for "hubert" ?
 IS
 *4e8552786b56603a9be8976cea3488c6a7f26c545913a1bbae6d1a4da11427" the right hash 256 for "Kratiroff"

b/ PoW vs. PoS
 What are the differences between Proof of Stack and Proof of Work ?
 What are the differences in time and energy ?

soitec

c/ Bitcoin (nombre / délai / rémunération minage)

d/ Ether ETH vs. ethereum
 Is Ethereum a blockchain or a cryptocurrency?
 What is a FIAT money vs. a cryptocurrency ?

e/ NFT
 What is a non fungible object or asset ?
 Look at the french licorne SoRare and describe their technologies

f/ Token
 What is a token?
 What different kinds of token can you describe?
 What is a public/private signature?

soitec

USER USER USER


soitec

VOC




Question :
 qui sont les utilisateurs ?

Keeping an empty chair so the customer is always in the room



ACT THINK IMPACT CHAIR → VOICE : VOC (voice of the customer)

Jean-Luc

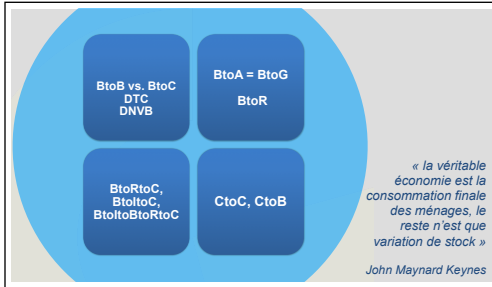


« Tu es un beau homme, mais mes priorités sont ailleurs. Mon employeur n'est pas mon seul centre d'intérêt »

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

Nom	Jean-Luc	Revenus	
Age	36	Ville	
Vie à Avec	Paris Jeanne Sans enfant	Fréquences	
Education	Supérieure (ingénieur école xyz promo 91)	Niveau Technique	
CV	pilote entreprise 1 Pilote entreprise 2	Usage mobile	
	Passionné d'aviation et de modèles réduits Passionné de races de chiens et de voyages en Asie	Know How	

OMNISCANAL



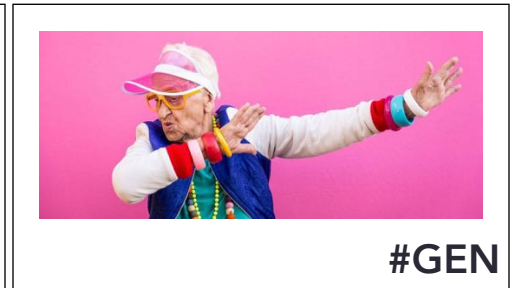
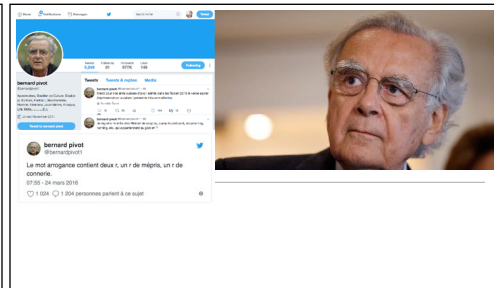
DNVB = DTC
Digital Native Vertical Brand



B2

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

Millennials ???
Lost ... Greatest ... Silent ...
BabyBoomer (1940 - 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 2020 / MARS Gen 2030



#GEN

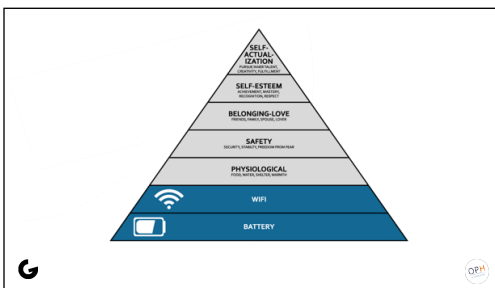
#GEN n'a pas d'âge
#GEN préfère le contenu online natif
#GEN visite 3 réseaux /j
#GEN passe 10h/j devant un écran
= 50% de la population occidentale

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

ET POUR FINIR :
Plus d'attentes...

ACT THINK IMPACT

Nouvelles Attentes
Pourquoi se contenter du minimum ?



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

source : Google, Accenture

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

source : Google, Accenture

CHANGER DE VIE

1,2 million de Français ont changé de ville en 2021 (+10% par rapport à 2020)

2,6 million de Français ont changé de pays (+15% par rapport à 2020)

736 000 de Français ont changé de profession (+20% par rapport à 2020)

CONSUMER AUTREMENT

8,9 million de Français ont acheté un produit éco-citoyen (+15% par rapport à 2020)

8,3 million de Français ont acheté un produit éco-citoyen (+15% par rapport à 2020)

6,2 million de Français ont acheté un produit éco-citoyen (+15% par rapport à 2020)

SE RECENTRER

7,8 million de Français ont acheté un produit éco-citoyen (+15% par rapport à 2020)

6,6 million de Français ont acheté un produit éco-citoyen (+15% par rapport à 2020)


3,7 million de Français ont acheté un produit éco-citoyen (+15% par rapport à 2020)

2,9 million de Français ont acheté un produit éco-citoyen (+15% par rapport à 2020)

Nouvelles vies 2022
Nouveaux JOBS influenceur slasheur

LOI SECOUR

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





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

TECHNOLOGIE & MÉDIAS 9




#GenX

~~MOBILE FIRST~~
ONLY

ACTTHINK IMPACT



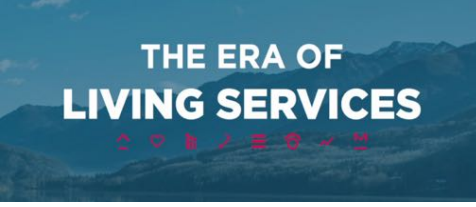
ACTTHINK IMPACT

#GenZ

LS

Living Services

THE ERA OF
LIVING SERVICES



THE DIGITISATION
OF EVERYTHING
+
LIQUID EXPECTATIONS

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

LIQUID EXPECTATIONS



AND LIQUID OPPORTUNITIES

WE LIVE IN A CULTURE OF
LIQUID EXPECTATIONS,
WHERE EACH NEW AND AMAZING EXPERIENCE
BECOMES THE STANDARD TO WHICH ALL
OTHERS ARE COMPARED

IF I DON'T BUY SEAMLESSLY WHEN I'M IN A HURRY, WHY ISN'T IT THE SAME WHEN I PURCHASE MY GROCERIES?

FORD




GAMIFICATION



COURS GAUTHIER-DESCHAMUS


HISTOIRE DE FRANCE



PM

PERSONA User-Story

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. Il trouve que sa vie manque de sens, de variété et d'originalité.

Nom	Jean-Luc	Revenus	
Age	36	Ville	
Vie à	Paris	Fréquences	
Avec	Jeanne	Niveau Technique	
	Sans enfant	Usage mobile	
Education	Supérieure (ingénieur école promo ...)	Know How	
CV	pilote entreprise 1		
	Pilote entreprise 2		
	Passionné d'aviation et de modèle réduits		
	Passionné de races de chiens et de voyages en Asie		

EPIC / USER STORY / PAIN POINT / PROBLEME

Quel est le problème de Jean-Luc ?
Quelle est la frustration de Jean-Luc ?
Quels sont les besoins et attentes de Jean-Luc ?
Pourquoi n'est-il pas satisfait des solutions existantes ?

John



« QUOTE » happy to be an entrepreneur in Description: founder of an IOT company
9 employees
7 millions euros turnover
29 clients with 650 shops

Name
Age
Live With
Education
Resumé
Company 2012...2020
Products

PAIN POINTS

Revenues
Type of city
Frequency
Technical level
Mobile friendly
Know How

ECOLE DE LA LOGISTIQUE | GROUPE RENAULT

“ *Opte pour des manuels plutôt que d'investir dans une voiture.* ”

PAINS
Rais d'entretien : - panne - que faire ?
je ne connais pas très bien les modèles de voitures
je n'arrive pas à évaluer les km-restante des véhicules long et coûteux
je n'ai pas envie de passer du temps à chercher une voiture

GAINS
- Robuste et sécurisé
- le besoin d'une accompagnement pour l'achat d'une voiture.
- Qu'elle soit responsable pour adapter à mes besoins.

Besoins par expérience ++
explication des différences entre les véhicules
explication du choix de financement
régulation km annuel et temporaire accord de garantie

Expertise auto ●●●●
Expertise digitale ●●●●

FATOU
27 ans, 2 enfants, célibataire
Painpoints / Besoins / Attentes / Promotions / Insatisfactions / Pain points

Sumom
Age
Vie à
Vie avec
Enfant
JCB
Education
CV
Passionné par
Problèmes / Besoins / Attentes / Promotions / Insatisfactions / Pain points

Lost GEN
Greatest GI GEN
Silent GEN = 1925-1945 +/- 10ans
BabyBoomer = 1940 - 1965 +/- 8 ans
GenX = 1955 1985 +/- 7 ans
GenY Millennials = 1979 1999 +/- 5 ans
GenZ DigitalNatives = GEN C 1994 2007 +/- 4 ans
alphaGen = 2008 - 2020 ?
SingularityGeneration = 2018 - 2030 ?
MARS Gen = 2030-2080 ?

Jean-Luc

BABETTE



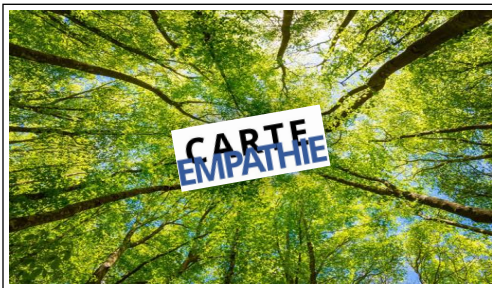
« tout le monde se moque de ma tête et de mon téléphone. C'est vrai les câbles et câbles sont d'un autre monde. Il faudrait que je change tout. »

Utilise intensivement des appareils trop vieux, elle se sent jeune mais désqualifiée par ses outils

69 ans, retraitée de la fonction publique, mariée à Pierre, 2 enfants, 3 pets (dont 1 influenceur)
Vit à la campagne entretiens son potager, son jardin et sa maison
Garde souvent ses petits enfants
MARQUE : TFI, land'land, Nagai

Revenues
Ville
Fréquences
Niveau Technique
Usage mobile
Know How

Problèmes, attentes, frictions : son électroménager n'a pas été changé depuis 25 ans et sa TV est encore cathodique
son téléphone à câbles ne lui permet pas de dialoguer avec ses petits enfants et de suivre leur vie sur les réseaux



EMPATHY MAP

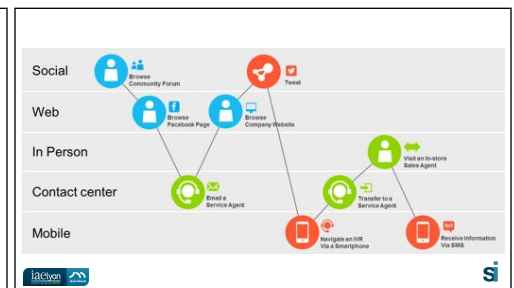
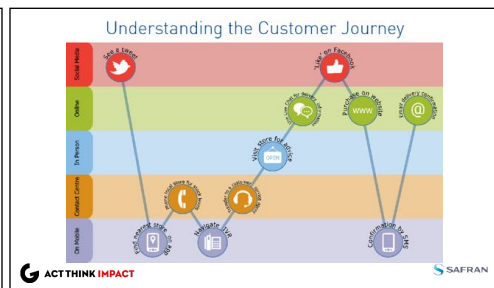
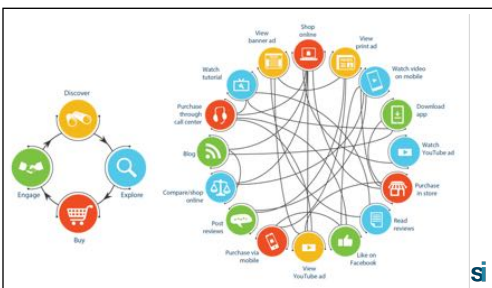
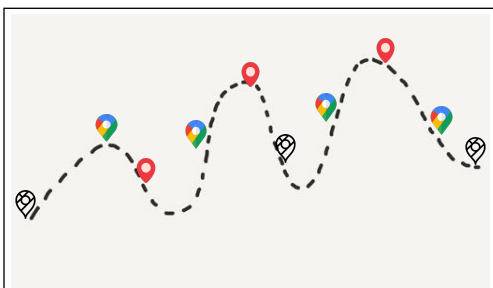
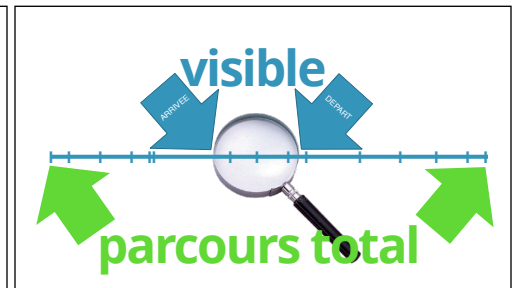
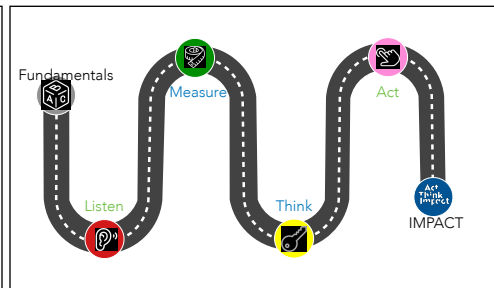
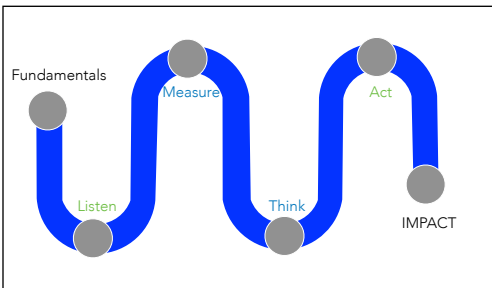
SAY THINK
DO FEEL

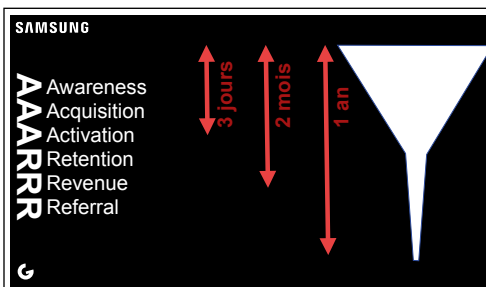
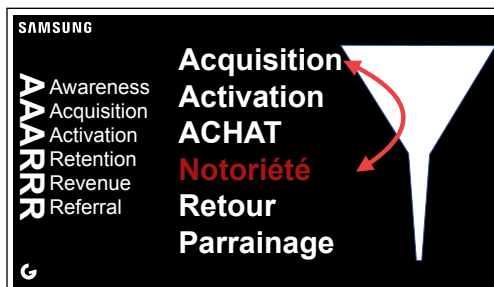
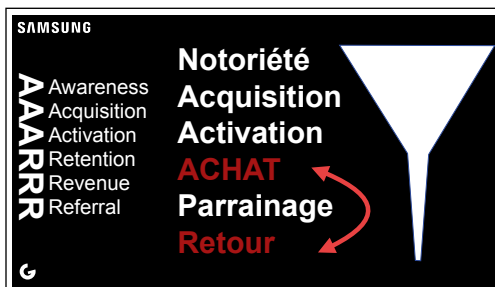
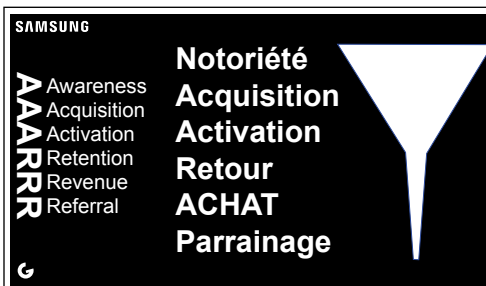
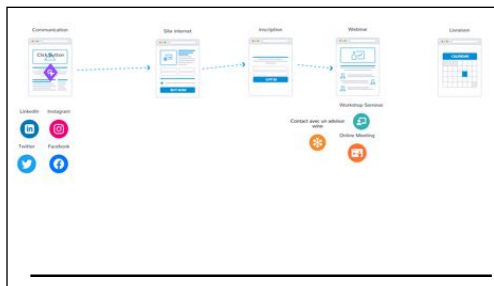
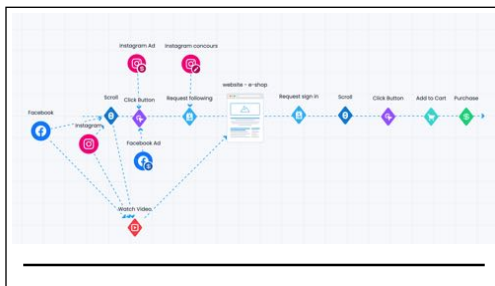
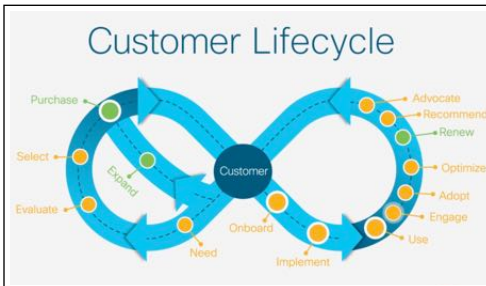
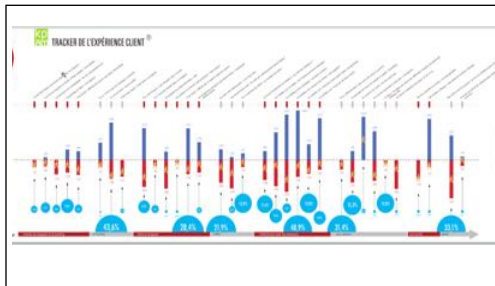
Empathy Map Canvas

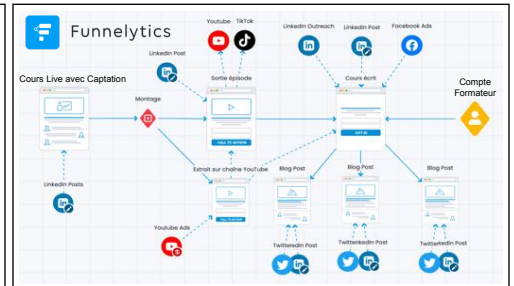
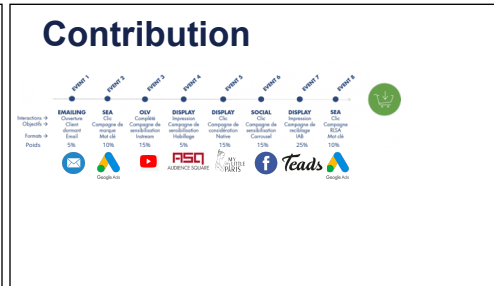
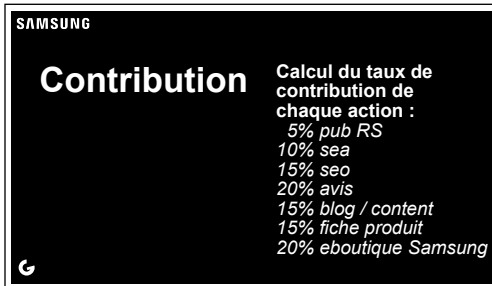
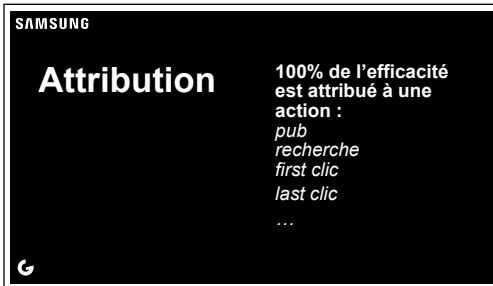
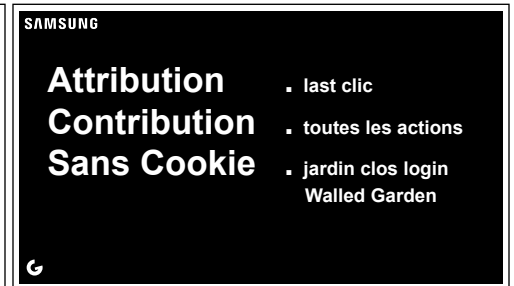
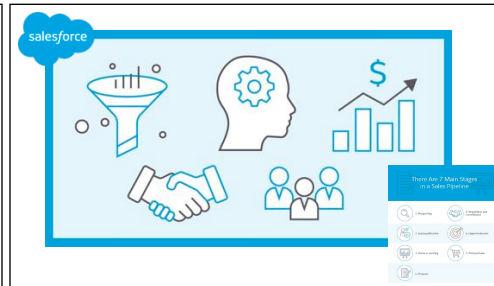
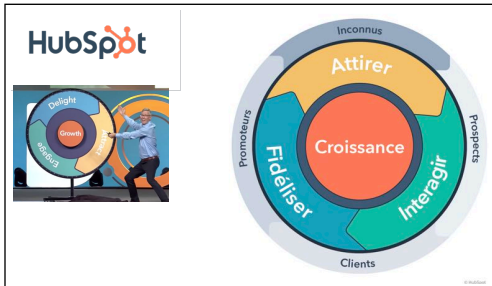
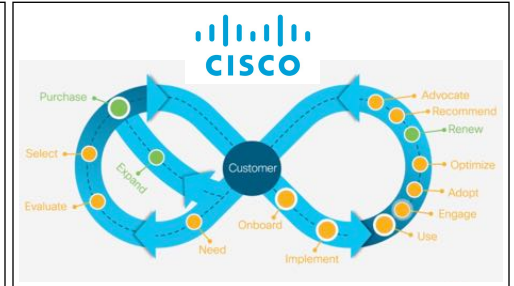
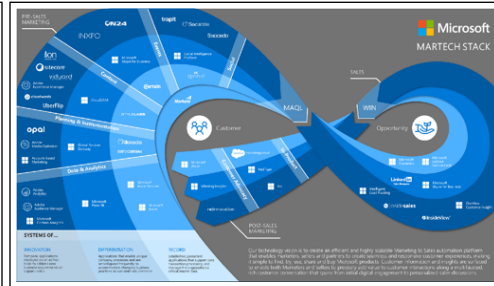
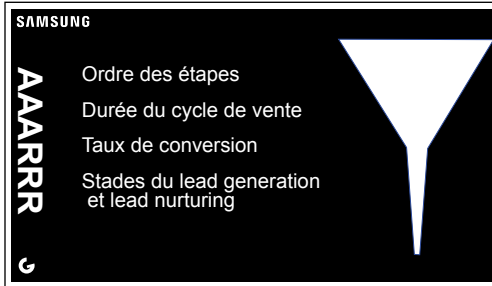
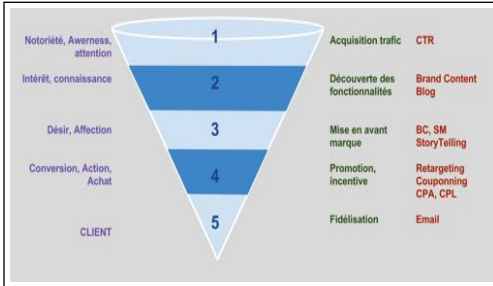
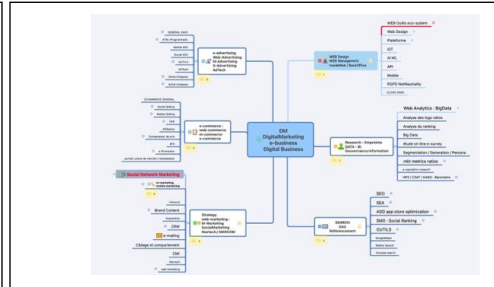
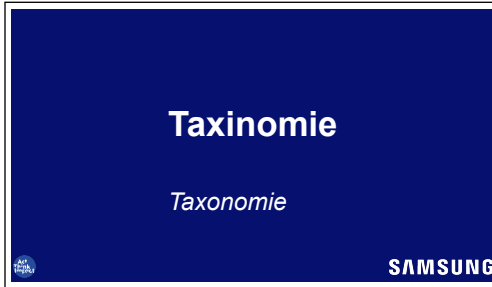
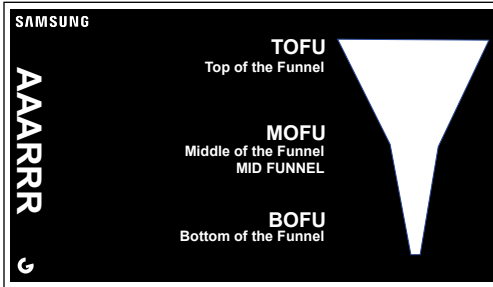
WHO are we empathizing with? GOAL What do they need to DO?

What do they HEAR? What do they THINK and FEEL? What do they SEE? What do they SAY? What do they DO?

Parcours Client Utilisateur







SAMSUNG

Sans Cookie Cookieless

Guerre : FPD et login
First party data
Walled Garden
 Plateforme
 2FA (2 factor auth)
 Ouverture de compte

G

SUITE

hubertkratiroff
 06 80 43 29 05
 hubert@kratiroff.com
 kratiroff.com/v/kratiroff
 @kratiroff

G

Act Think Impact

G

CHIFFRES CLÉS

SAMSUNG

50

programmes de formation en France et à l'international du niveau Bac+2 au Bac+8

33 000

diplômés

8 000

étudiants

5600 en formation "dans la salle de classe"
 2400 "hors les murs" (séminaires, échanges...)
 200 sportifs de haut niveau

7 000 participants formation continue / an

399

INTERNATIONAL URG



3 300

étudiants internationaux
125 nationalités dans l'école

41% des effectifs

125

partenaires internationaux dans le monde entier

20

accords de double diplôme avec des institutions internationales

G

400

G

GRENOBLE ÉCOLE DE MANAGEMENT

12 rue des Minimes
 38000 Grenoble France
 +33 (0) 3 38 53 40 00
 @greemgmt en direct
 @greemgmt en direct
 greemgmt.com

GREM
 GREM
 GREM

GREM
 GREM
 GREM

G

Act
Think
Impact