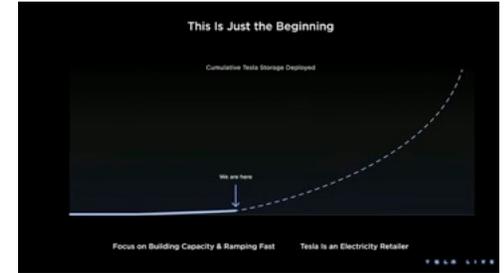


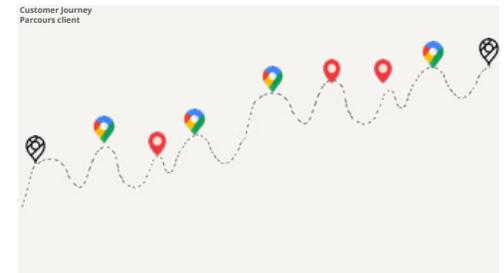
EP05



master plan



plan digital



PM

PERSONA User-Story

Personne 1 (BMC) utilisateur final du produit ou service dans lequel le PERSONA 2 travaille

Age	
Sexe	
Prof	
Statut	
Éducation	
Expérience	
Principales entreprises	
Occupations	
USER STORY / MAIN POINTS / PROBLEMS	

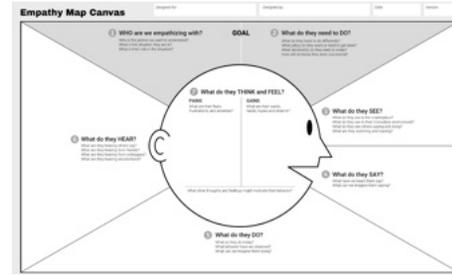
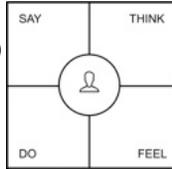
Commentaires:

Personne 1 (BMC) utilisateur final du produit ou service dans lequel le PERSONA 2 travaille

<p>Personne 1 (BMC) utilisateur final du produit ou service dans lequel le PERSONA 2 travaille</p> <p>Personne 2 (BMC) utilisateur final du produit ou service dans lequel le PERSONA 1 travaille</p>	<p>Summary</p> <p>Age</p> <p>Sexe</p> <p>Vit avec</p> <p>Enfant</p> <p>JCB</p> <p>Education</p> <p>CV</p> <p>Passionné par</p> <p>Problèmes / Besoins / Attentes / Promotions / Insatisfactions / Pain points</p>
---	---



EMPATHY MAP



Millennials

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

BabyBoomer (1946-1965 vs 6 ans)

GenX (1955-1985 vs 8 ans)

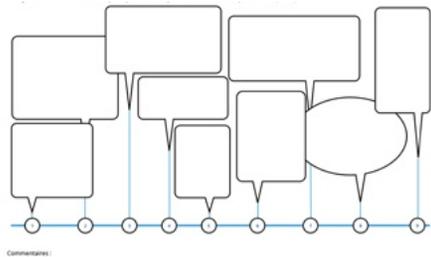
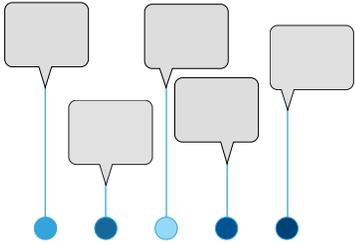
GenY = Millennials (1979-1999 vs 5 ans)

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

alphaGEN ? = 2008 - 2020 ?

SingularityGeneration ?? 2018 - 2030

Customer Journey
Parcours client



Projet de livraison	1	2	3	4	5	6	7	8	9
<p>Titre de la carte</p> <p>Le titre de la carte est affiché en haut à gauche de la carte et sert à identifier le projet de livraison.</p> <p>Le titre de la carte est affiché en haut à gauche de la carte et sert à identifier le projet de livraison.</p> <p>Le titre de la carte est affiché en haut à gauche de la carte et sert à identifier le projet de livraison.</p> <p>Le titre de la carte est affiché en haut à gauche de la carte et sert à identifier le projet de livraison.</p> <p>Le titre de la carte est affiché en haut à gauche de la carte et sert à identifier le projet de livraison.</p>									

What Defines a Good Omni-Channel Customer Experience?

Nom du Touchpoint / Point de contact	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Channel / Canal									
Interaction du client									
Interaction de la marque									
Actes du client pris par le client									
Décalage avec le performance voulu									
Solutions et propositions d'amélioration									

Nom opération	Outils utilisés	Avantages Utilisés	Date ou période	Budget HT

Cible	Responsable	Outils utilisés	Argumentaire	Date ou période	Budget HT

Niveau nom du produit entreprise	1	
Secteur (S), pays, industrie (S)		
Positionnement et cible Promesse		
Business Model Borduc		
Définitions du marketing	Définition générale, courte et simple du marketing	Adaptation de cette définition pour ce cas de Bord



KERU PROJECT utilise la technologie blockchain pour créer les premiers souvenirs numériques, sécurisés et durables.

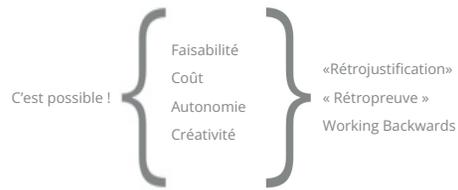
WORKSHOP : KERU

- 1/ Expliquez KERU à Monique (coiffeuse de 57 ans à Gueret)
- 2/ Quelles sont les ressemblances & dissemblances entre KERU et SORARE ? Quelles inspirations pouvez-vous en tirer ?
- 3/ Inventez et qualifiez un nouveau modèle économique pour KERU
- 4/ En sept 2023 KERU deviendra une licorne, rédiger le dossier de communication selon la méthode "Working Backward" d'Amazon
- 5/ Comment utiliser le PLG chez KERU
- 6/ Rédiger le plan digital de KERU

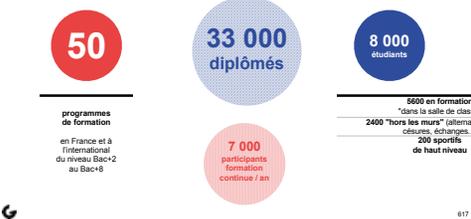
ORAL 10mn / groupe + ECRIT 1 page max dans TEAMS

WORKSHOP : Working Backwards

Préparer le texte de 10/15 lignes et une infographie Canva du communiqué de presse qui pourrait être rédigé à l'occasion du passage en licorne (sept 2023) en se focalisant sur les avantages client/utilisateur, le prix client et le business model.



CHIFFRES CLÉS



SAMSUNG



INTERNATIONAL ONE

