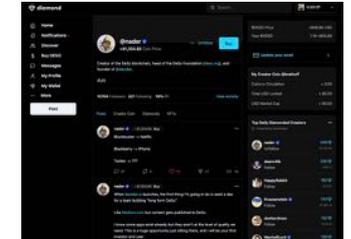
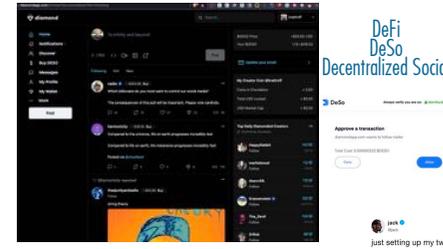
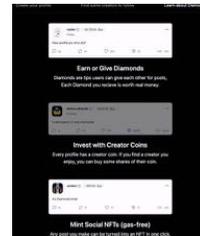




	WEB 1 1990-2015	WEB 2 2005-2015	WEB 2 2015-2022	WEB 3 2022-2030
Réactivité	Sélective	Inter/Mémoire	Temps réel	Continu
Interaction	Requisit / réponse READ ONLY	À la demande ÉCHANGE DE DONNÉES	Automatique	Confiance ÉCHANGE DE VALEURS
Ressources	Continues	USC Contenu Généré par Utilisateurs	Recommandation personnalisée	IA
Données	Identifiable	Dynamique	Algorithmique	Décentralisée
Producteurs	Éditeur ou médias	Utilisateur final ou FA (FOU)	Utilisateur anonyme	Blockchain ou autres, badge
Type	Storage statique HTML CSS	Sérvex Internet WWW/HTTP	Aléatoire dynamique IA / ML	DOT / DAO BLOCKCHAIN

1 .com
2 @social#network
3 web.3

wikipedia
instagram
diamond



SAMSUNG

AAARRR

Awareness
Acquisition
Activation
Retention
Revenue
Referral

Notoriété
Acquisition
Activation
Retour
ACHAT
Parrainage

SAMSUNG

AAARRR

Awareness
Acquisition
Activation
Retention
Revenue
Referral

Notoriété
Acquisition
Activation
ACHAT
Parrainage
Retour

SAMSUNG

AAARRR

Awareness
Acquisition
Activation
Retention
Revenue
Referral

3 jours
2 mois
1 an

SAMSUNG

AAARRR

Taux de conversion

SAMSUNG

AAARRR

TOFU
Top of the Funnel

MOFU
Middle of the Funnel
MID FUNNEL

BOFU
Bottom of the Funnel

SAMSUNG

Attribution
Contribution
Sans Cookie

- last clic
- toutes les actions
- jardin clos login Walled Garden

SAMSUNG

Attribution

100% de l'efficacité est attribué à une action :
pub
recherche
first clic
last clic
...

SAMSUNG

Contribution

Calcul du taux de contribution de chaque action :

- 5% pub RS
- 10% sea
- 15% seo
- 20% avis
- 15% blog / content
- 15% fiche produit
- 20% boutique Samsung

SAMSUNG

Sans Cookie
Cookieless

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

Contribution

BRAND CONTENT
vs.
content strategy

CONTENT BIG PICTURE

1 Infobésité

2 Content Stratégie

3 Lovemark

1 Infobésité

FOMO
Info-Snacking
10 heures
Hyper Choix
Digital Detox
NoMoPhobie

2 BRAND CONTENT

StoryTelling / Newsletter
Qualité rédactionnelle
Native ad / Gamification
Curation / Vidéo / Podcast
RTM / SEO / NewsHack
Livre blanc / Webinar
Learn Marketing / WebSerie

POEM

3 LOVEMARKS

Respect du lecteur
Respect du client
Fidèle au-delà du raisonnable

1/3 curation
1/3 recyclage
1/3 nouveau content

Conférence
de
rédaction

PAID OWNED EARNED SHARED

marketing média

POES m

Paid
Owned
Earned
Shared

Média & Marketing

Taxinomie

Taxonomie



SEM

SEO	vSEO	SEA	SMO	ASO
SERP	YouTube	CPC	Time Line	App Store
Ranking	Watch Time	Bidding	Promo	Rating
Speed	Algorithm	KeyWord	Engage	Review
Dwell Time	Dwell Time	Capping		

MAP Amazon Booking Podcast Inventory OTA travel ...



Google Ads et BtoB : (R)évolution ?



EX, PERSONA, CX, PLATFORM, HYBRID, ENGAGEMENT, LIQUID, EXPECTATION, VOC, BI, FOW/EX, CONTENT STRATEGY, COFFEECURRENCY, DNVB, GAFAMS, ALGORITHM, ENCRYPTION, METAVERS



1 Modern Marketing

Spinikr Modern Marketing increases the ROI of content with AI-powered insights and reuse, saves time with automated workflows, and manages brand risk with enterprise governance.

- Generate more sales with better content using integrated insights leveraging AI
- Reduce content marketing production costs and enable agile marketing with automated workflows
- Protect your brand's reputation with enterprise-grade governance

2 Eloqua Remains a Leader in the Gartner Magic Quadrant for CRM Lead Management 2019

Over again, Gartner named Eloqua as a leader in the 2019 Magic Quadrant for CRM Lead Management. The report was a strong endorsement of Eloqua's leadership in the market, and a testament to the company's commitment to innovation, customer success, and reliability. See how Eloqua compares to other CRM solutions.

CRM Marketing

- Marketing
- Lead Generation
- Lead Nurturing
- Lead Scoring
- Lead Qualification
- Lead Assignment
- Lead Handoff

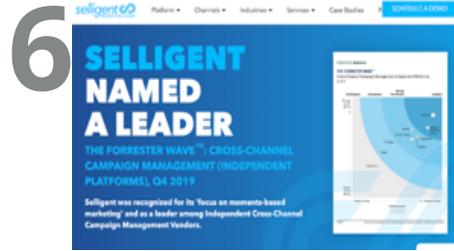
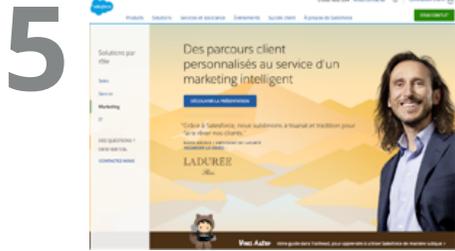
3 There's a better way to grow.

Marketing, sales, and service software that helps you achieve your business goals. Discover the power of HubSpot's CRM. See how HubSpot can help you grow your business.

4 From acquisition to advocacy, drive measurable results

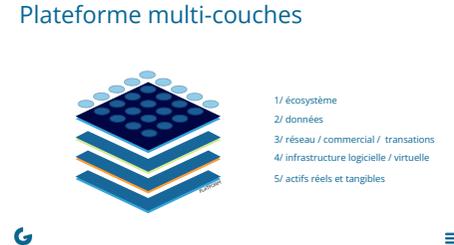
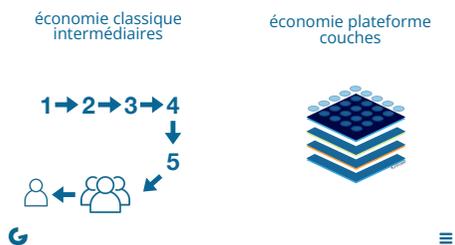
Marketing solutions for every digital marketing need.

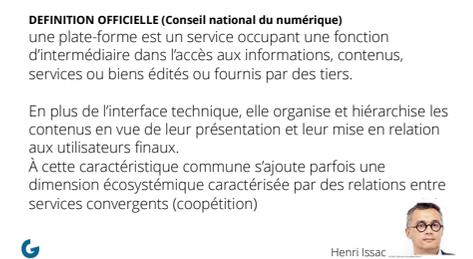
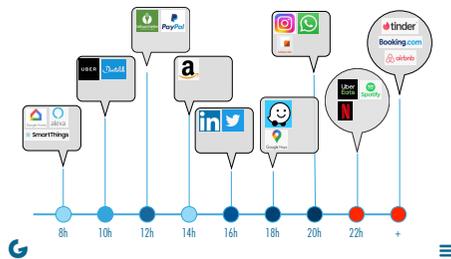
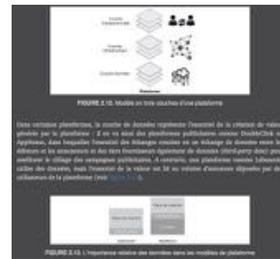
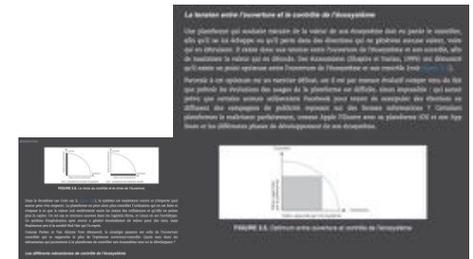
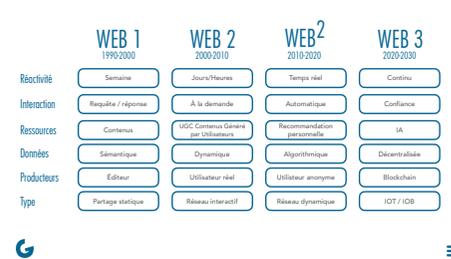
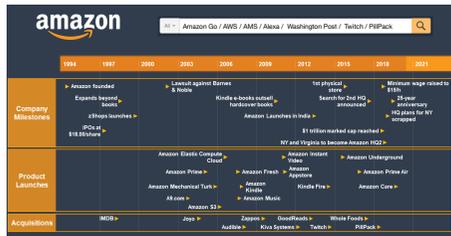
- LEAD MANAGEMENT
- EMAIL MARKETING
- CONTENT MARKETING
- CUSTOMER EXPERIENCE MARKETING
- MOBILE MARKETING
- REVENUE ATTRIBUTION
- ACCOUNT BASED MARKETING



servicisation
 disruption
 uberisation
 tycoonisation
 platformisation

Si les produits deviennent des services...
 que deviennent les services ?





Soit on crée une plateforme, soit on utilise celle d'un autre

on est plateforme ou plateforme(s)

Si on crée pas sa plateforme, en invitant gratuitement l'écosystème on utilisera celle d'un autre

effet matthieu

spirale positive, les plus gros forts puissants (taille critique) le sont de plus en plus : winner take all ≠ first to the market

BiFace (two sided)
BiFace non transactionnel
BiFace transactionnel

Sponsorisé / Payeur
Payeur / Payeur
Sponsorisé / Sponsorisé

Multiface (multi sided)

Verrouillage (locking)
Coût du changement
UX UI
Loi (partage portage)

Cookieless
FPD : First Party Data only



LES 5 EFFETS DE RÉSEAU

L'effet de réseau direct (réf.) : la valeur d'un réseau est proportionnelle au nombre de ses participants.

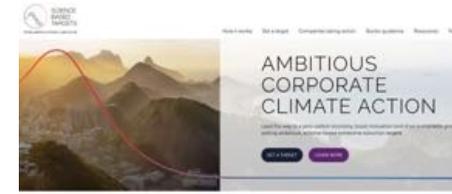
L'effet de feedback positif (réf.) : l'utilisateur choisit son service en anticipant celui qui sera le plus populaire (réseaux sociaux, recommandations), comme dans le cas de **Spotify**, **Booking** ou **TripAdvisor**.

Les effets de réseau indirects (réf.) : le valeur d'un bien/service provient de la création d'une offre de biens complémentaires ou services partenaires, comme autour de l'écosystème d'**Apple**, d'**Android**, de **Facebook**.

Les effets de réseau créable (réf.) : la plateforme s'appuie sur un marché bilatéral : et un type d'agent créé par une face A, crée fait ensuite le nombre d'agents sur la face B, et vice-versa.

L'effet de verrouillage (pas prévu au numérique) : du fait de coûts de changement élevés le consommateur reste captif au sein d'un même service/produit.

INTERET
Plateformeur : source de revenu / collecte de data / concentration du trafic
Plateformé : économie sur l'investissement initial / profit d'un environnement mutualité
Client et utilisateur : one stop shop / UX



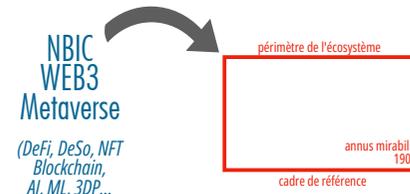
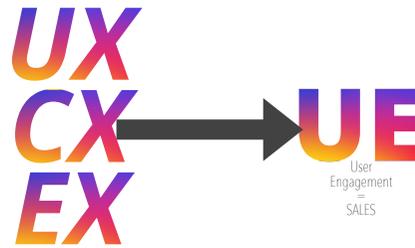
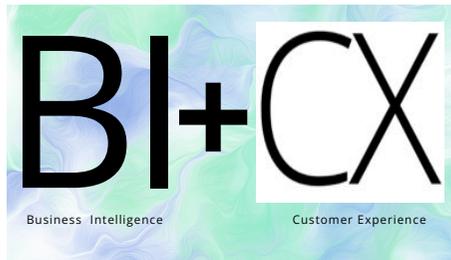

ZERO ≠ ZERO CO2 carbon

Neutral ≠ ZERO

carbon neutral -> NET ZERO
CARBON -> NET ZERO

build & own
your platform
or use
someone
else's one





1 2 3
MARKETER L'INNOVATION
COMMUNIQUER
RENTABILISER & VENDRE

API : Interface
Programmée
entre Applications

ACTTHINK IMPACT



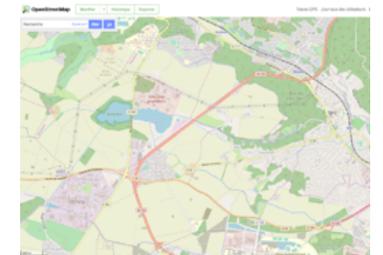
INNOVATION PAPER

Vous inventez une API qui permet de supprimer les queues et files d'attente. Votre client vous envoie :

- Le type de convocation (musée, aéroport, gare, vente, médecin, vaccin, testPCR...)
- L'heure de début et de fin
- La liste des personnes convoquées

Vous lui retournez la liste des personnes avec l'horaire précis de convocation. Votre algorithme tient compte des habitudes, des informations facebook, linkedin, du comportement. Votre machine learning (IA) ajuste les horaires futurs en fonction des heures d'arrivées réelles.

Sur place les personnes sont taguées pour comparer la prévision et la réalité. Ils peuvent aussi, comme dans Waze, déclarer la durée et la taille de la file d'attente. Tous ces éléments améliorent les futures prédictions.



ipapi : un outil gratuit pour géolocaliser vos visiteurs en temps réel

Vous vous présentez régulièrement les différents produits d'API.com, cette startup est en effet spécialisée dans API permettant d'automatiser certaines tâches, et de donner de la valeur aux données. Leur dernier est à appeler ipapi, et le bandeau permet de géolocaliser les visiteurs grâce à leur adresse IP.

Toutes les données disponibles grâce aux adresses IP

ACTTHINK IMPACT

Des tarifs pour tous les besoins

Free	Standard	Business	Business Pro
\$0 par mois	\$10 par mois	\$50 par mois	\$100 par mois

ACTTHINK IMPACT

zapier

ACTTHINK IMPACT

ifthisenthata

ACTTHINK IMPACT

Working Backwards
By Amazon

amazon

Amazon's approach to new-product development is about working backwards from the customer. The product manager starts by writing a press release announcing the finished product. The press release is targeted at the end customer and contains information about the customer's problem, how current solutions are failing, and why the new product will address the problem.

The press release itself is a gut-check for whether or not the product is worth building. If the team is not excited about reading it then the document needs to be revised or perhaps the idea should be rejected altogether. As the team begins development the press release serves as a guide for the team to reflect on and compare with what is being built.

C'est possible !

Faisabilité
Coût
Autonomie
Créativité

«Rétrojustification»
«Rétropreuve»
Working Backwards

Un exemple AMAZON

Here's an example outline for the press release:

- **Heading** - Name the product in a way the reader (i.e. your target customer) will understand.
- **Sub-Heading** - Describe who the market for the product is and what benefits they get. One sentence only underneath the title.
- **Summary** - Give a summary of the product and the benefit. Assume the reader will not read anything else so make this paragraph good.
- **Problem** - Describe the problem your product solves.
- **Solution** - Describe how your product elegantly solves the problem.
- **Quote from You** - A quote from a spokesperson in your company.
- **How to Get Started** - Describe how easy it is to get started.
- **Customer Quote** - Provide a quote from a hypothetical customer that describes how they experienced the benefit.
- **Closing and Call to Action** - Wrap it up and give pointers where the reader should go next.

WORKSHOP : Working Backwards

Vous êtes chargés de monter la banque crypto de AMAZON. Offrir à la moitié des clients Prime la possibilité de détenir directement des cryptomonnaies (comme Paypal et Lydia)

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



CHIFFRES CLÉS

50

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

33 000 diplômés

7 000 participants formation continue / an

SAMSUNG

8 000 étudiants

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



INTERNATIONAL

3 300

étudiants internationaux 150 nationales dans école

41% des effectifs

125

partenaires internationaux dans le monde entier

20 accords de double diplôme avec des institutions internationales

