

MSI

**manager des
systèmes
d'information**

DIGITALmarketing

hubertkratiroff

11 déc 2019 - 2 juillet 2020

UX
EX

CX



**expérience
phyggitale
N°1**

toutsurlemarketing.com
/MSI

ou Google :

2^{ème} sur : gem-msi

1^{er} sur : gem-msi digital



marketing

créer de la valeur

pour l'entreprise,

le client,

et l'écosystème

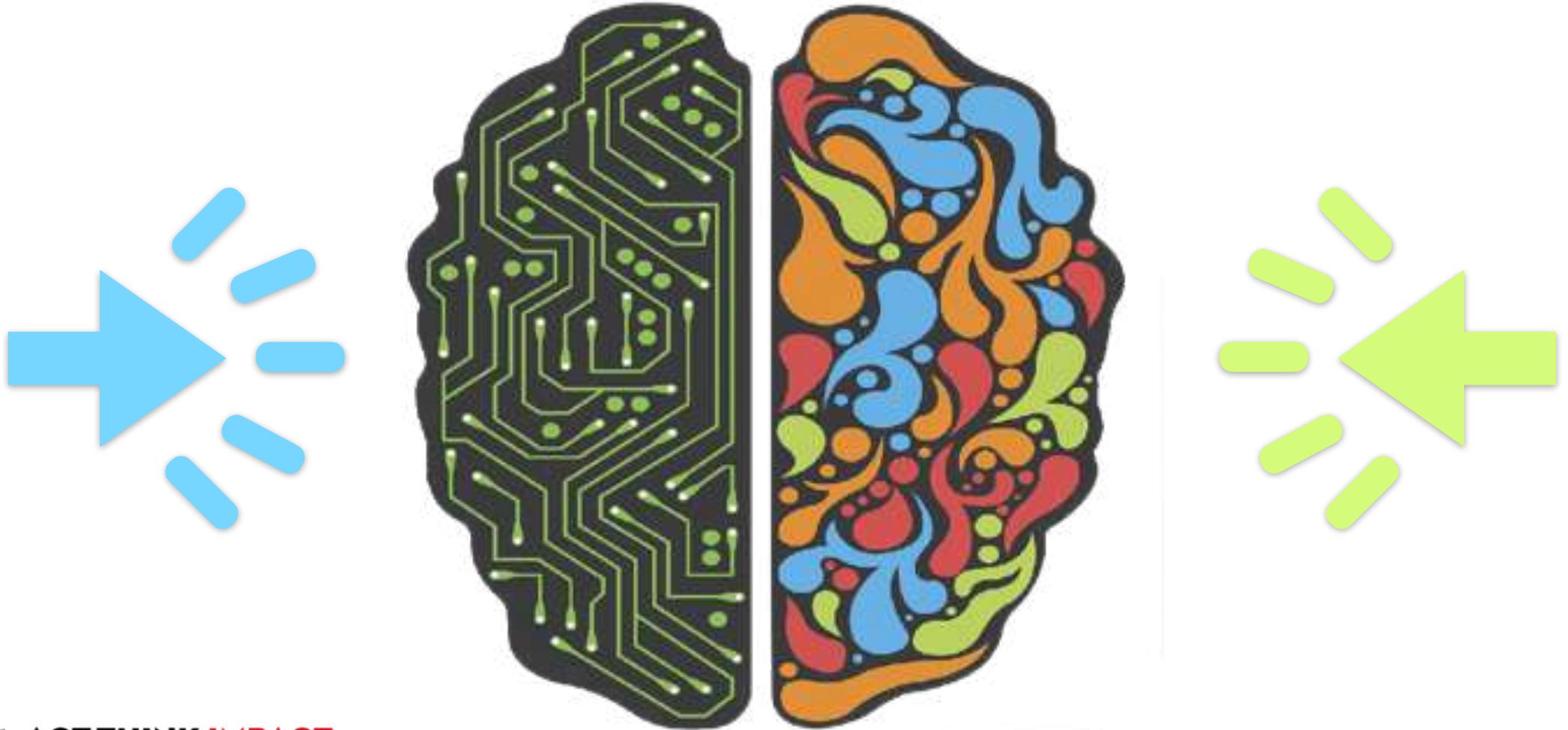


Discipline reine du marketing

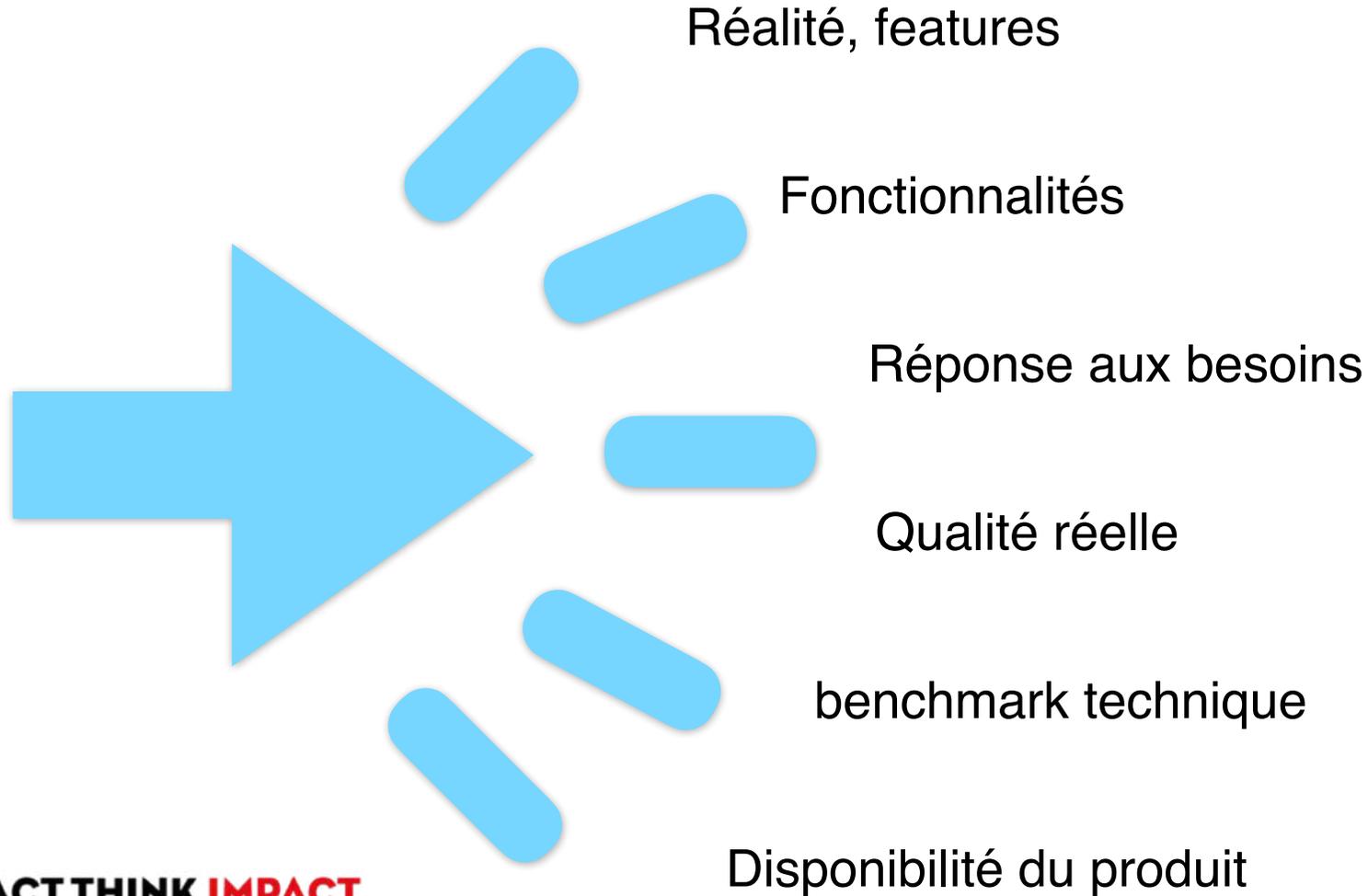
=

Positionnement

Satisfaction objective / subjective

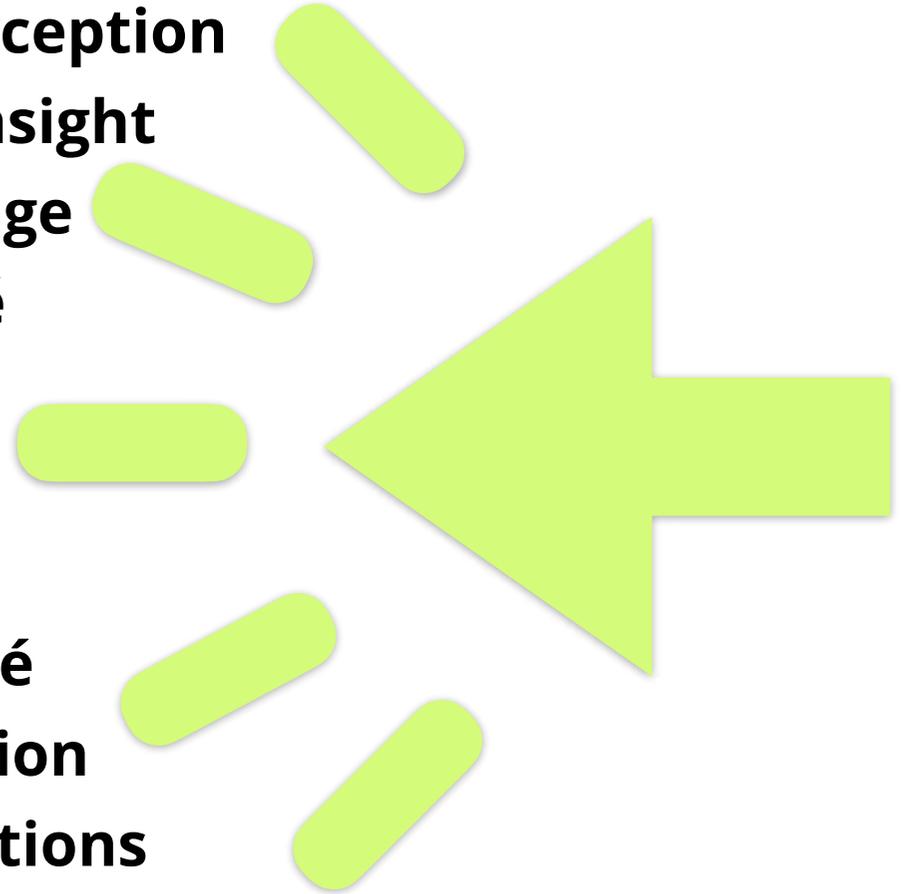


Satisfaction objective (cerveau gauche)



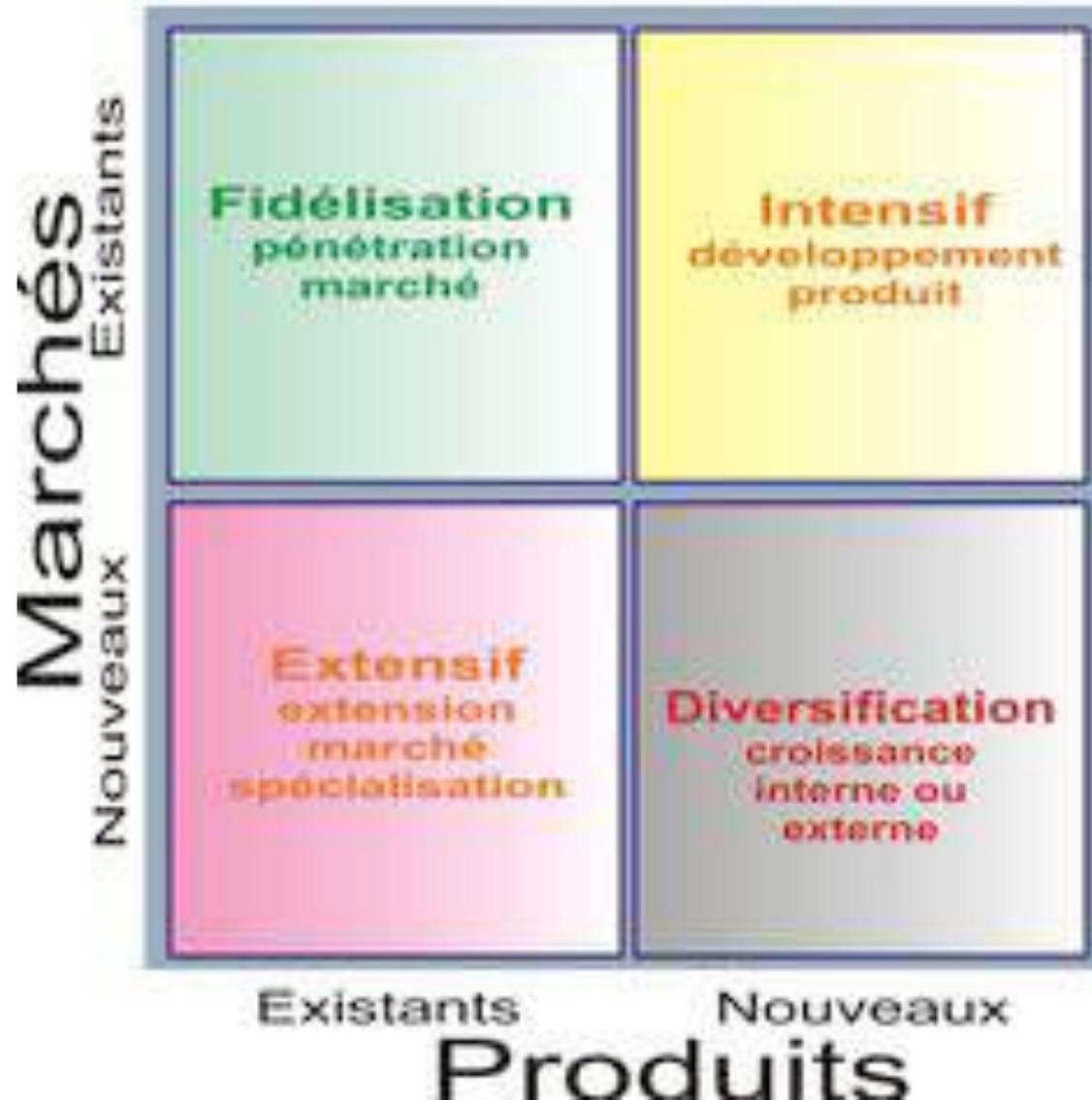
Satisfaction subjective (cerveau droit)

Perception
Insight
Image
Notoriété
Qualité perçue
Perception du prix
Appartenance (sentiment d')
Buzz/viralité
Recommandation
Réponse aux attentes et motivations



Igor ANSOFF (1918-2002)

The new corporate strategy



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**





Numérique

techno, electro, computer, R&D
enable companies to do things greater

Digital

the way from finding clients to earn income
change business model, process, objective

Cyber

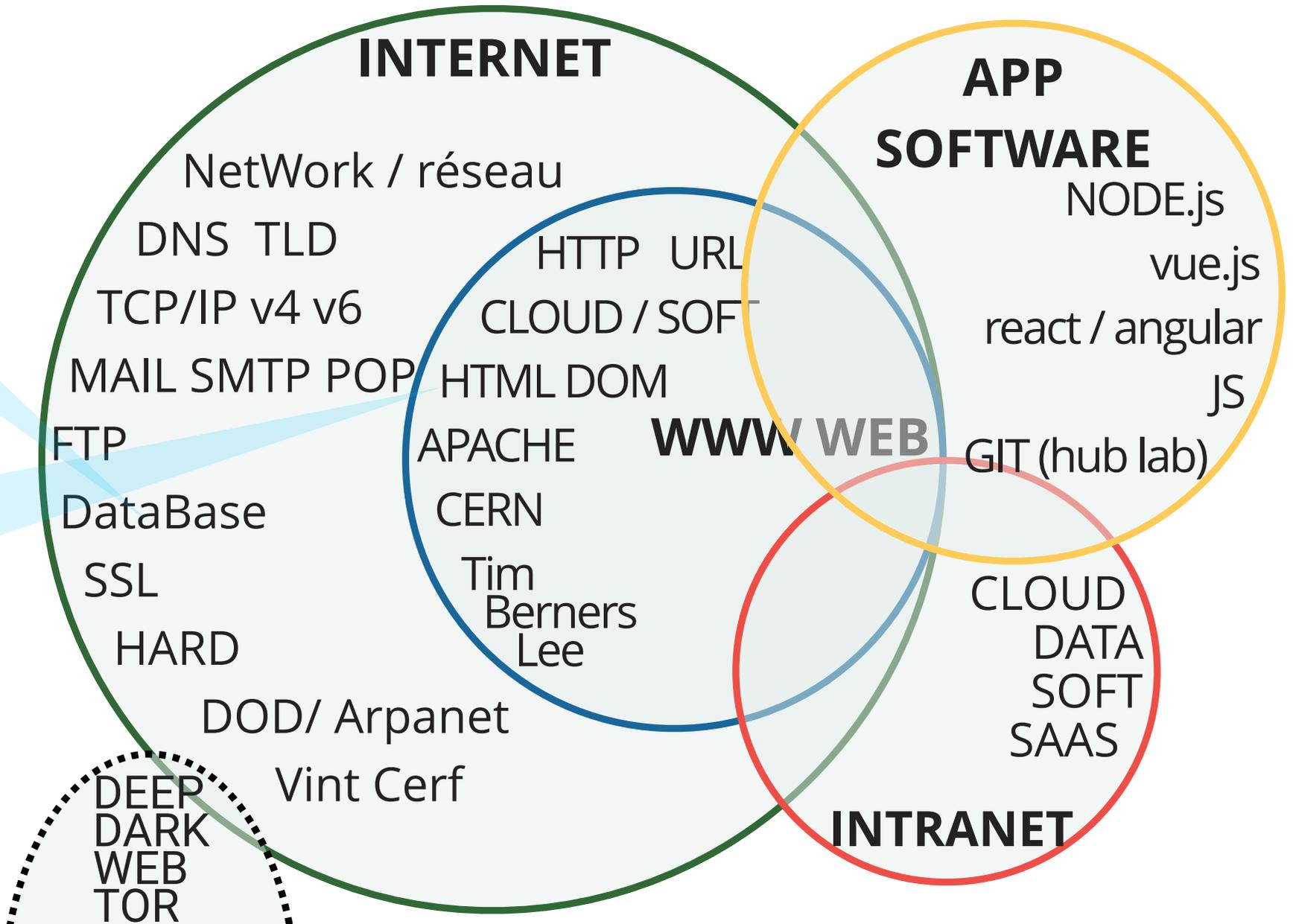
security, resilience
... bureau des légendes



LE BUREAU
DES
LEGENDES

SQL / Postgres
Oracle
select
from
where
group
having
order

<html>
<head>
<body>
CSS
.js



**Internet
Numérique**

VS.

**WEB
Digital**

Numérique

Digital

Cyber

1



**LE BUREAU
DES
LEGENDES**

2



**LE BUREAU
DES
LEGENDES**

3



**LE BUREAU
DES
LEGENDES**

NBIC

G

Nano Tech

Biotech / Biomimetics

InfoTech IOT Blockchain

Cognitif / AI / ML



CERN DD/DC

Information Management: A Proposal

Vague but exciting ...
Tim Berners-Lee, CERN/DD

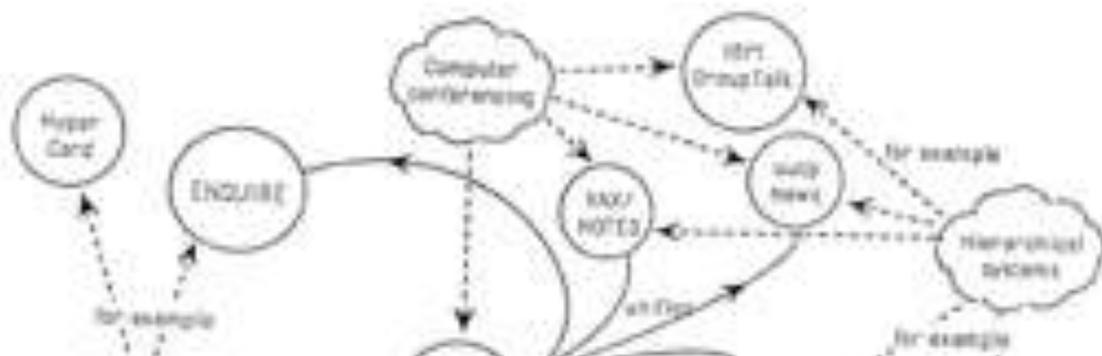
March 1989

Information Management: A Proposal

Abstract

This proposal concerns the management of *global information* about activities and experiments at CERN. It discusses the problems of loss of information about complex evolving systems and devises a solution based on a distributed hypertext system.

Keywords: Hypertext, Computer conferencing, Document retrieval, Information management, Project control





“Le futur est déjà là —
il n'est simplement pas
réparti équitablement.”

William Gibson



THE NEXT BIG THING



**GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT**
TECHNOLOGY & INNOVATION

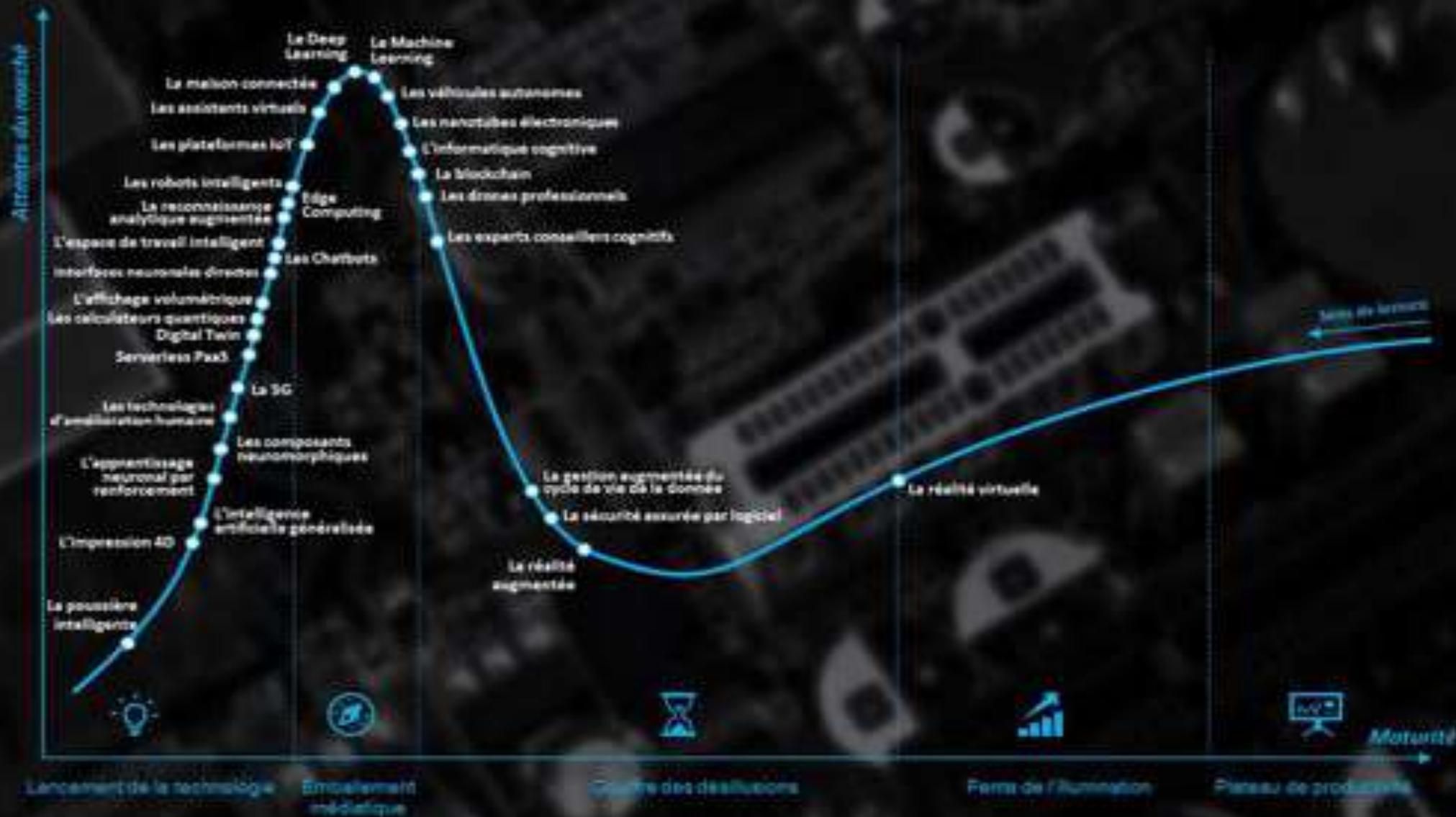
MEMBER



Gartner Hype Cycle for Digital Marketing and Advertising, 2019



LES 32 TECHNOLOGIES DE 2017 À FORTS ENJEUX STRATÉGIQUES



gov wine water
ed ag
food legal civic travel
-TECH insur
mar prop med
green fin
ad deep

wikinomics

GIG

thingonomics (IOT)

blue

evonomics

expectation

new

micro

sha | ring

macro

economy

offre

gift

neuro

platform

nudge

barter

collaborative

attention

market

comportementale

intelligence

model

law

funding

sha | ring

power

crowd

marketing

open

innovation

lending

collaboration

sourcing

Classement 2001

2006

2011

2016

2017

2018

1



ExxonMobil

ExxonMobil



2

Microsoft



Google

Google

amazon

3

ExxonMobil

Microsoft

PetroChina

Microsoft

Microsoft

Microsoft

4

Walmart*

citibank



BERKSHIRE
HATHAWAY

amazon

Google

5

citibank



ICBC (中)

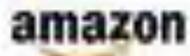
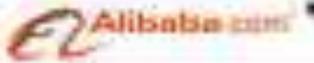
ExxonMobil

facebook.

Tencent 腾讯

SEVEN OUT OF TEN ARE NOW BASED ON PLATFORM BUSINESS MODELS

2018

RANK	COMPANY	FOUNDED	US\$bn
1.	 Apple *	1976	890
2.	 Google *	1998	768
3.	 Microsoft *	1975	680
4.	 amazon *	1994	592
5.	 f *	2004	545
6.	 Tencent 腾讯 *	1998	526
7.	 BERKSHIRE HATHAWAY	1955	496
8.	 Alibaba.com *	1999	488
9.	 Johnson & Johnson	1886	380
10.	 J.P.Morgan	1871	375

* Companies based on the platform model

2008

RANK	COMPANY	FOUNDED	US\$bn
1.	 PetroChina	1999	728
2.	 EXXON	1870	492
3.	 GE	1892	358
4.	 中国移动 China Mobile	1997	344
5.	 ICBC 工	1984	336
6.	 GENPACT	1989	332
7.	 Microsoft	1975	313
8.	 Shell	1907	266
9.	 Siemens	2000	257
10.	 AT&T	1885	238

Source: Bloomberg Guide

Ils intègrent le French Tech 120



GAFA

Google Amazon Facebook Apple Microsoft Salesforce Huawei

MSH

NATU

Netflix Airbnb Tesla Uber Booking Expedia Yandex

BEY

BATX

Baidu Alibaba Tencent Xiaomi Bytedance DJI Hikvision

BDH

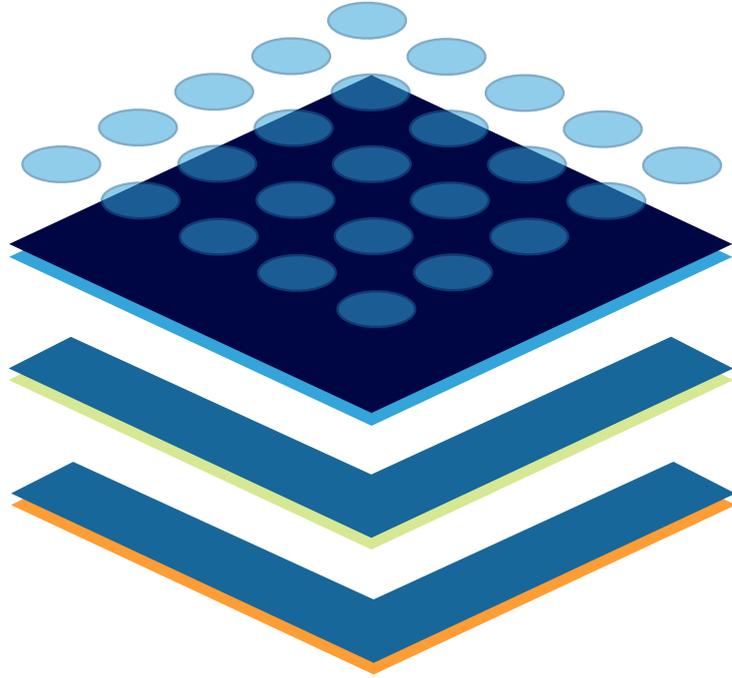


DNVB = DTC



Digital Native Vertical Brand

disruption
servicisation
uberisation
platformisation



PLATFORM

X XX X

A AS S

APP

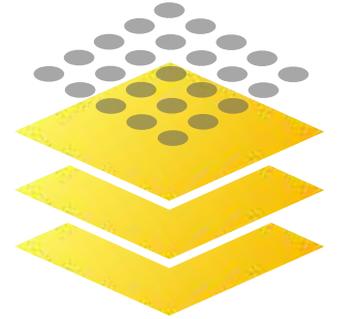
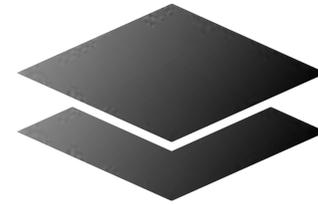
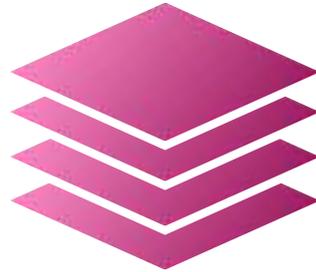
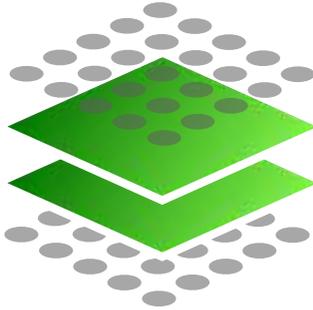
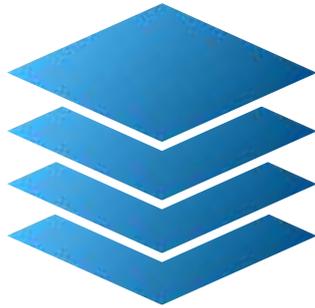
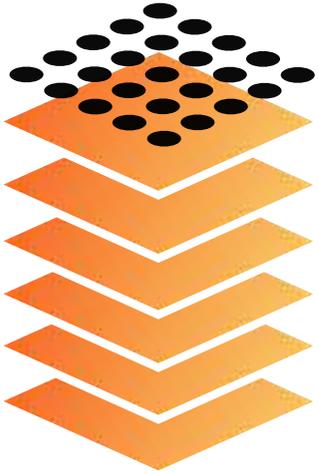
SOFT

USER

ADV

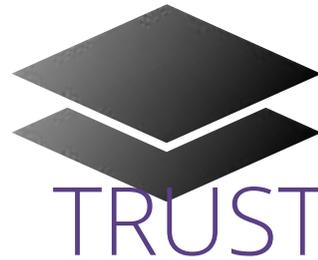
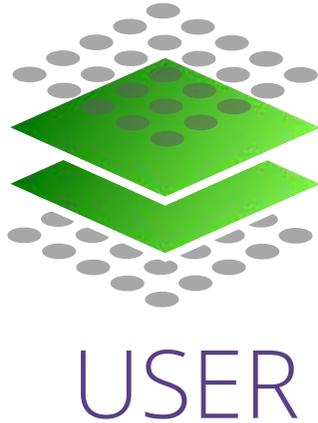
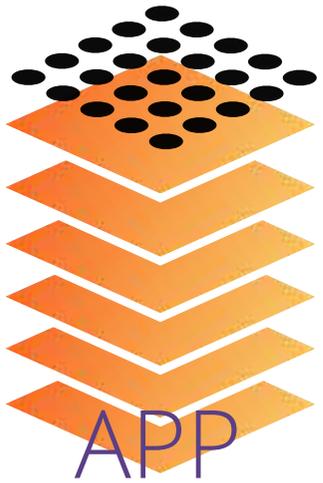
TRUST

DATA



PaaS
platform as a service

platform economy



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

~~SWOT~~

VUCA



HBR
2014

<https://hbr.org/2014/01/what-vuca-really-means-for-you>

Nathan Bennett et G. James Lemoine
« What VUCA Really Means for You. »
Harvard Business Review, 01/ 2014.



VUCA

1/ CONNAISSANCES

Niveau de connaissance sur l'écosystème, l'environnement, les concurrents, les règles et la situation

Deux axes

2/ PRÉDICTIONS

Capacité à prédire les conséquences des décisions

Qualité des prédictions des effets des actions

VUCA

Simplifié

Contrairement à SWOT ou PESTEL toutes les cases ne sont pas remplies à l'instant T.

A chaque étape, le décideur se trouve dans une case qui nécessite une certaine attitude
Outil militaire post guerre froide

2/ Capacité à prédire les conséquences des décisions /
Qualité des prédictions des effets des actions

Décision multifactorielle

il faut mieux analyser et clarifier la situation

Seule la vitesse des changements augmente

il faut suivre la vision de la stratégie et l'adapter

La solution est inconnue dans un environnement instable

il faut de l'agilité pour imaginer le futur

La stabilité actuelle n'aide pas l'adaptation au futur

il faut mieux comprendre les réactions face à nos actions

CV
AU

1/ Niveau de connaissance sur l'écosystème, l'environnement et la situation

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

THE ERA OF LIVING SERVICES



**THE DIGITISATION
OF EVERYTHING**

+

LIQUID EXPECTATIONS



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 CAN BUY SEAMLESSLY WHEN I TAKE AN
Uber, WHY ISN'T IT THE SAME WHEN I
PURCHASE MY GROCERIES?

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

G



GENERATION Z:
CONNECTED FROM BIRTH.
Born mid-1990s to 2010.



Home Notifications Messages Search Twitter



bernard pivot
@bernardpivot1

Apostrophes, Bouillon de Culture, Double Je, Ecriture, Football, Gourmandise, Homme, Interview, Journalisme, Kiosque, Lire, Mots..... Zut.

Joined November 2011

Tweet to bernard pivot

Tweets 9,249 Following 81 Followers 977K Likes 149

Following

Tweets Tweets & replies Media

bernard pivot @bernardpivot1 · 4h
Merci pour nos amis suisses d'avoir admis dans les Robert 2019 le verbe azorer (réprimander) et la calure (personne très compétente).
Translate Tweet
12 33 124 12

bernard pivot @bernardpivot1 · 4h
Je regrette l'entrée chez Robert de cosplay, queer, hoverboard, storytelling, running, etc. qui appartiennent au globish ?

bernard pivot @bernardpivot1
Le mot arrogance contient deux r, un r de mépris, un r de connerie.
07:55 - 24 mars 2016
1 024 1 204 personnes parlent à ce sujet



#GEN



#GEN

#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



bernard pivot
@bernardpivot1

Dans ma génération, les garçons recherchaient les petites Suédoises qui avaient la réputation d'être moins coincées que les petites Françaises. J'imagine notre étonnement, notre trouille, si nous avions approché une Greta Thunberg...

7:38 AM · 25 sept. 2019 · Twitter for iPad



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

Revenus



Ville



Fréquences



Niveau Technique



Usage mobile



Know How



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 ?

John Doe



Personality: Sensus, Distorsion, déformation

Goals

- A task that needs to be completed
- A life goal to be reached
- Or an experience to be felt

Frustrations

- The challenges this user would like to avoid
- An obstacle that prevents the user from achieving their goals
- Problems with the workspace solutions

Bio

The bio should be a short paragraph to describe the user journey. It should include some of their history leading up to a current use case. It may be helpful to incorporate information listed across the template and add pertinent details that may have been left out. Highlight factors of the user's personal and/or professional life that make this user an ideal customer of your product.

Remember - you may modify this template, remove any of the modules or add new ones for your own purpose

Motivation

- Incentive
- Fear
- Growth
- Power
- Social

Brands & influencers

Preferred Channels

- Traditional Ads
- Online & Social Media
- Referral
- Quartile Efforts & PR

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 depuis 3 ans dans une compagnie européenne

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

Revenus

Ville

Fréquences

Niveau Technique

Usage mobile

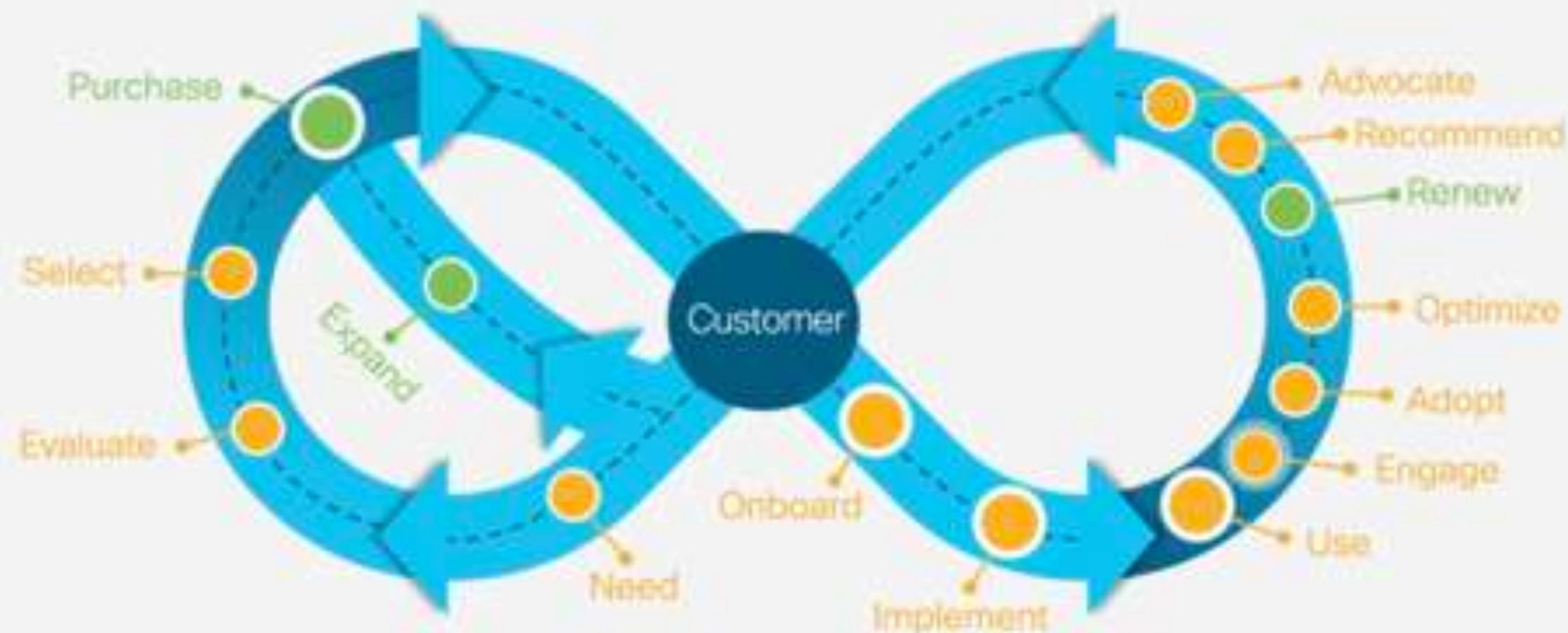
Know How

NPS

Net Promoter Score



Customer Lifecycle



ROPO

ROBO

Research Online Purchase Offline

≠ showrooming

OFFLINE

ACHAT

ONLINE

ACHAT

ROPO

100% Physique

100% online

ShowRooming

inspiration ONLINE.

OFFLINE

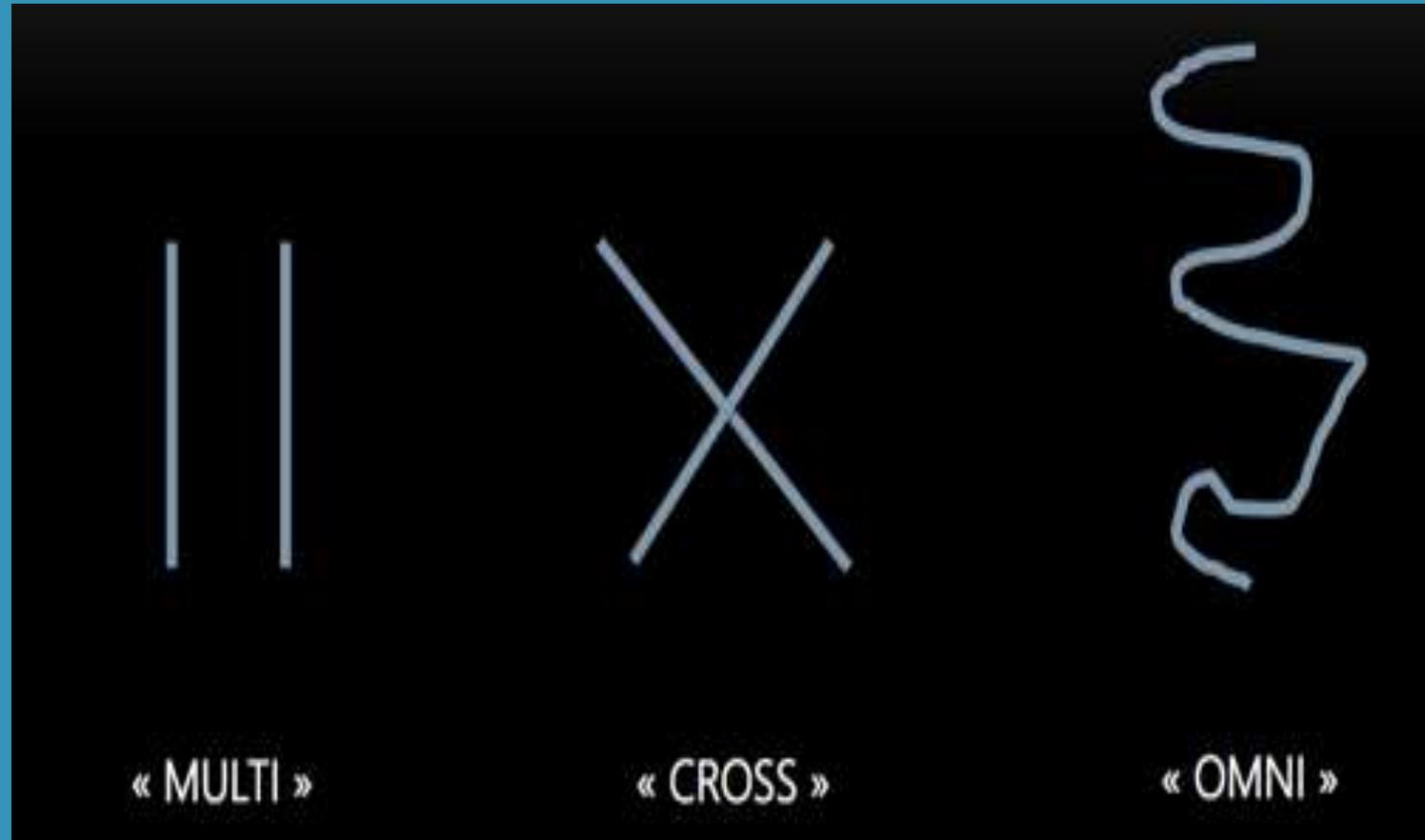
MonoCanal

MultiCanal

CrossCanal

OMNISCANAL

multi
cross
omni

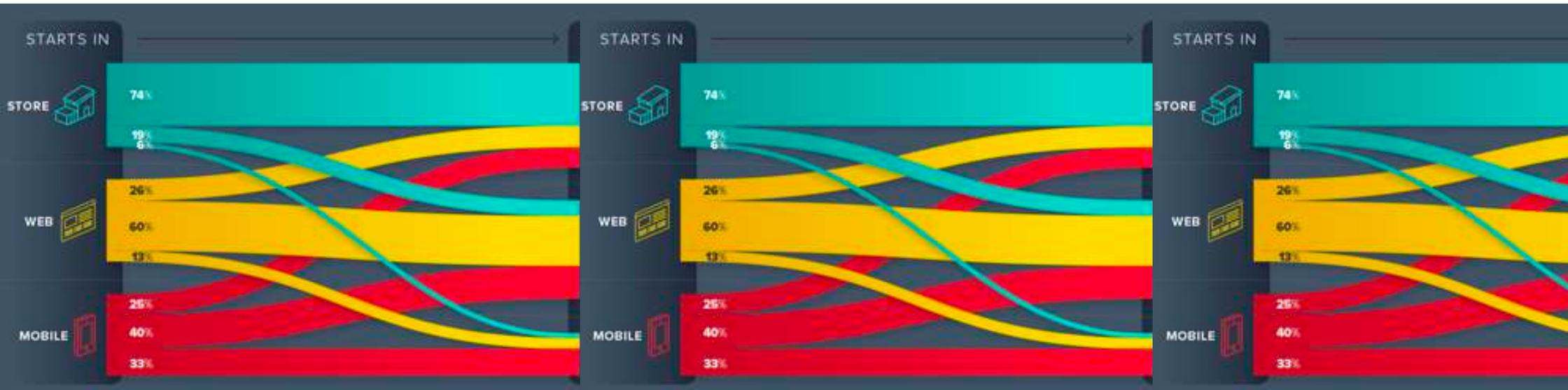


CUSTOMER JOURNEY ANALYTICS

Where does the customer journey end?
Depends on where it begins.

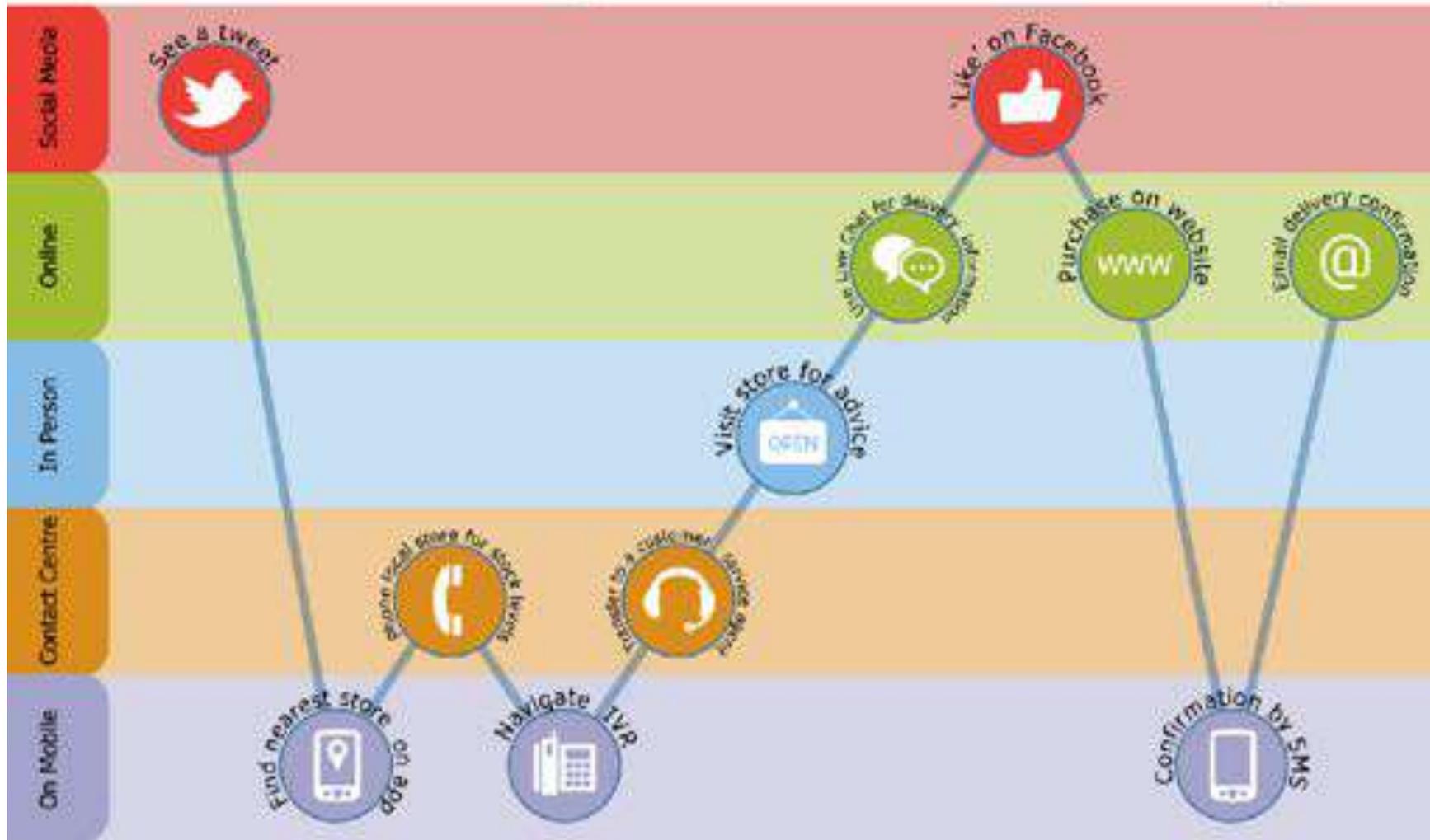


OMNISCANAL

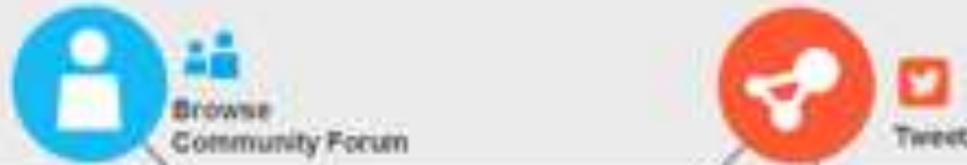




Understanding the Customer Journey



Social



Web



In Person

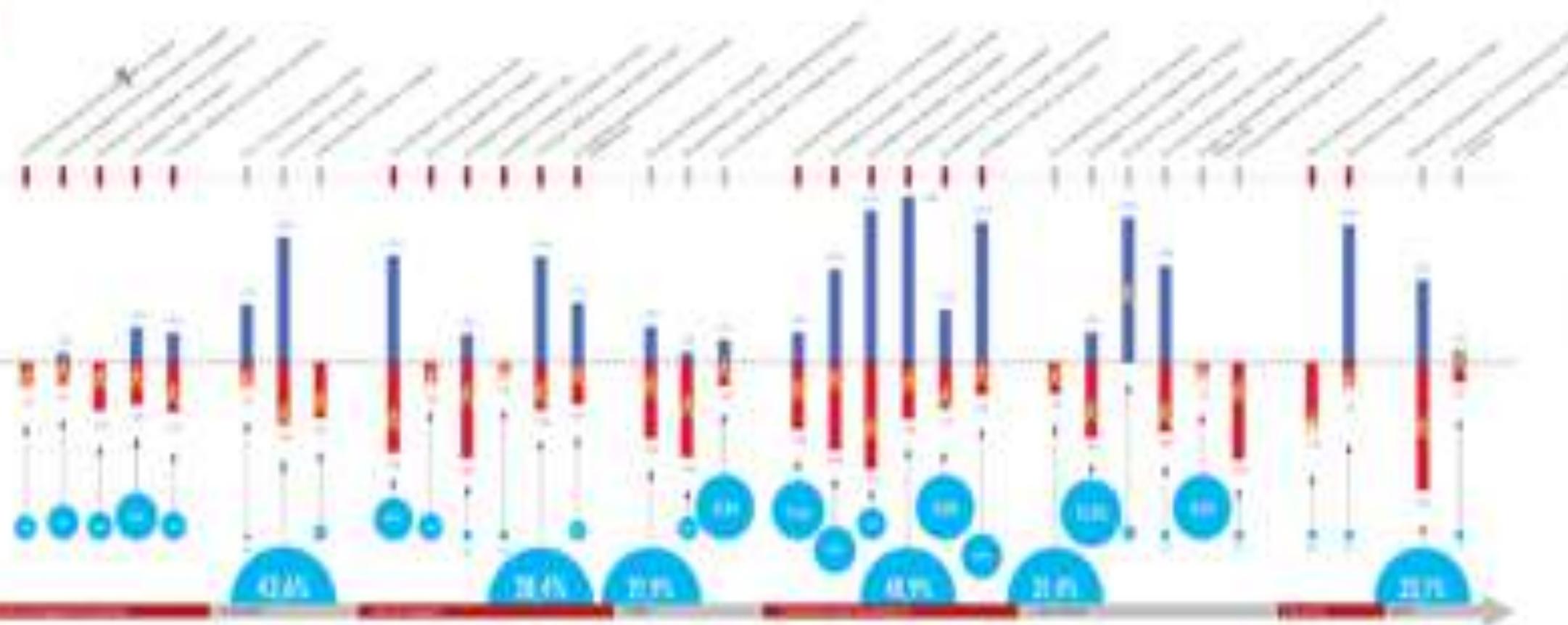


Contact center



Mobile





CUSTOMER EXPERIENCE JOURNEY



AGILITÉ



42



Les startups infusent le monde économique

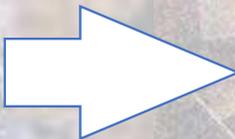
Manifeste pour le développement Agile de solutions

*Nous découvrirons comment mieux développer des solutions
par la pratique et en aidant les autres à le faire.
Ces expériences nous ont amenés à valoriser*

Les individus et leurs interactions plus que les processus et les outils
Des solutions opérationnelles plus qu'une documentation exhaustive
La collaboration avec les clients plus que la négociation contractuelle
L'adaptation au changement plus que le suivi d'un plan

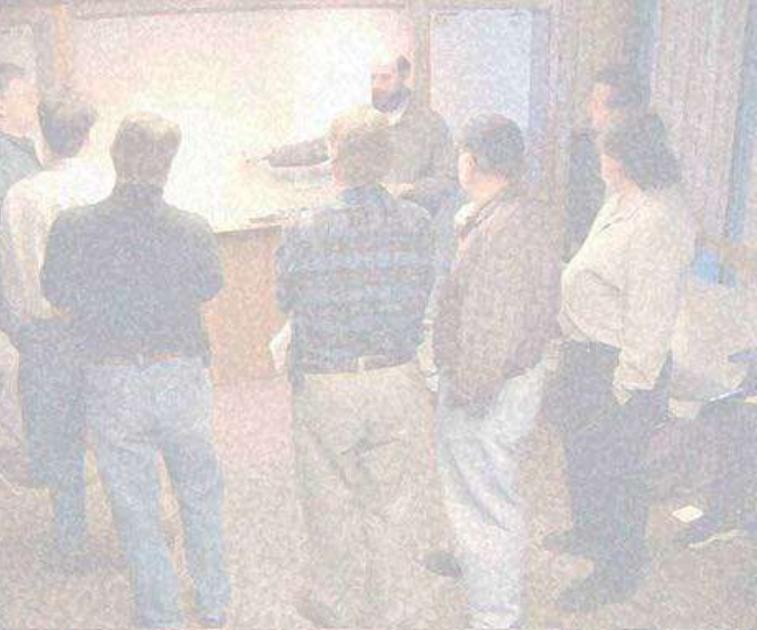
*Nous reconnaissons la valeur des seconds éléments,
mais privilégions les premiers.*

Kent Beck	James Grenning	Robert C. Martin
Mike Beedle	Jim Highsmith	Steve McDer
Arie van Bennekum	Andrew Hunt	Ken Schwaber
Alistair Cockburn	Ron Jeffries	Jeff Sutherland
Ward Cunningham	Jon Kern	Dave Thomas
Martin Fowler	Brian Marick	



SCRUM

Please read it at: agilemanifesto.org



Notre plus haute priorité est de satisfaire le client en livrant rapidement et régulièrement des fonctionnalités à grande valeur ajoutée.

Accueillir positivement les changements de besoins, même tard dans le projet. Les processus Agiles exploitent le changement pour donner un avantage compétitif au client.

Listez fréquemment un logiciel opérationnel avec des cycles de quelques semaines à quelques mois et une préférence pour les plus courts.

Les utilisateurs ou leurs représentants et les développeurs doivent travailler ensemble quotidiennement tout au long du projet.

Réaliser les projets avec des personnes motivées. Fournissez leur l'environnement et le soutien dont ils ont besoin et faites leur confiance pour atteindre les objectifs fixés.

La méthode la plus simple et la plus efficace pour transmettre de l'information à l'équipe de développement et à l'intérieur de celle-ci est le dialogue en face à face.

Un logiciel opérationnel est la principale mesure d'avancement.

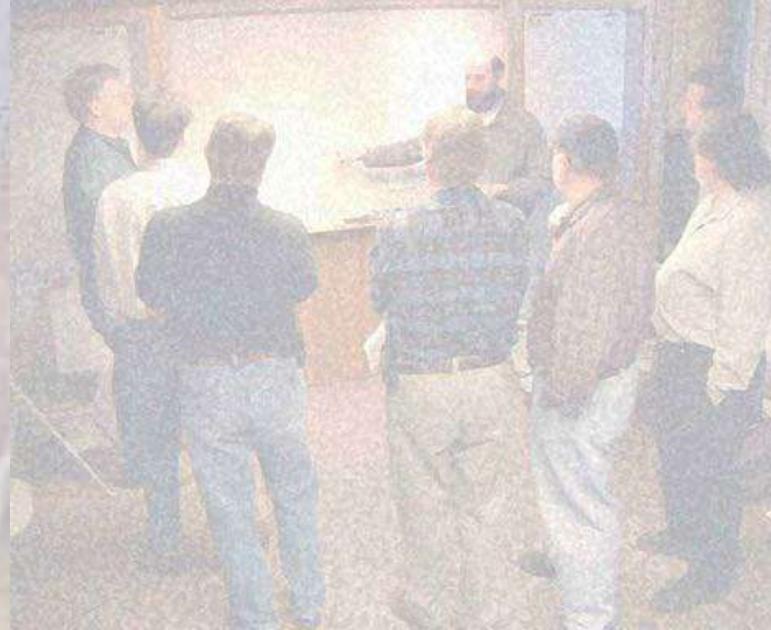
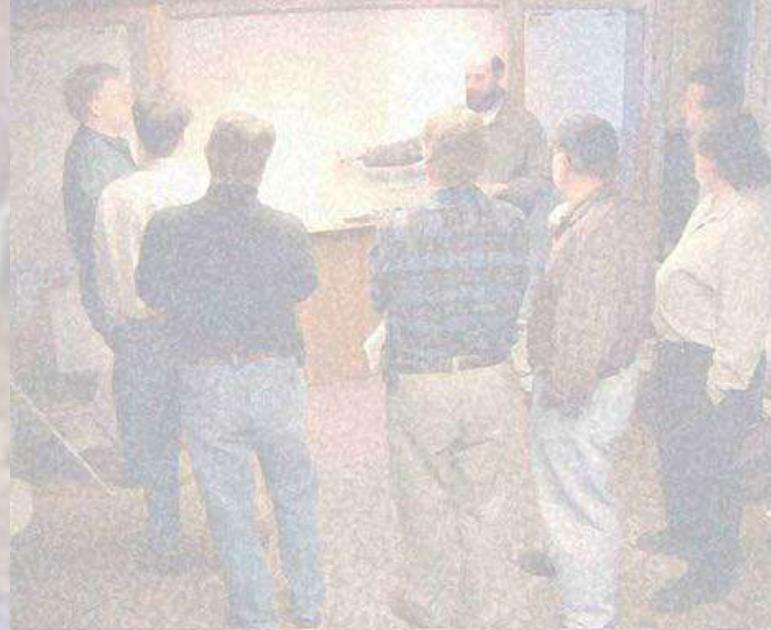
Les processus Agiles encouragent un rythme de développement soutenable. Ensemble, les commanditaires, les développeurs et les utilisateurs devraient être capables de maintenir indéfiniment un rythme constant.

Une attention continue à l'excellence technique et à une bonne conception renforce l'Agilité.

La simplicité – c'est-à-dire l'art de minimiser la quantité de travail inutile – est essentielle.

Les meilleures architectures, spécifications et conceptions émergent d'équipes autoorganisées.

À intervalles réguliers, l'équipe réfléchit aux moyens de devenir plus efficace, puis régle et modifie son comportement en conséquence.



J'● LA

SIMPLICITÉ

Agile Manifesto.org

12 principles

Work & Life is a FUN game

PIVOT & CHANGE

The 12 agile principles*

1 Satisfy the **customer**



2 Welcome **change**



3 Deliver **frequently**



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**



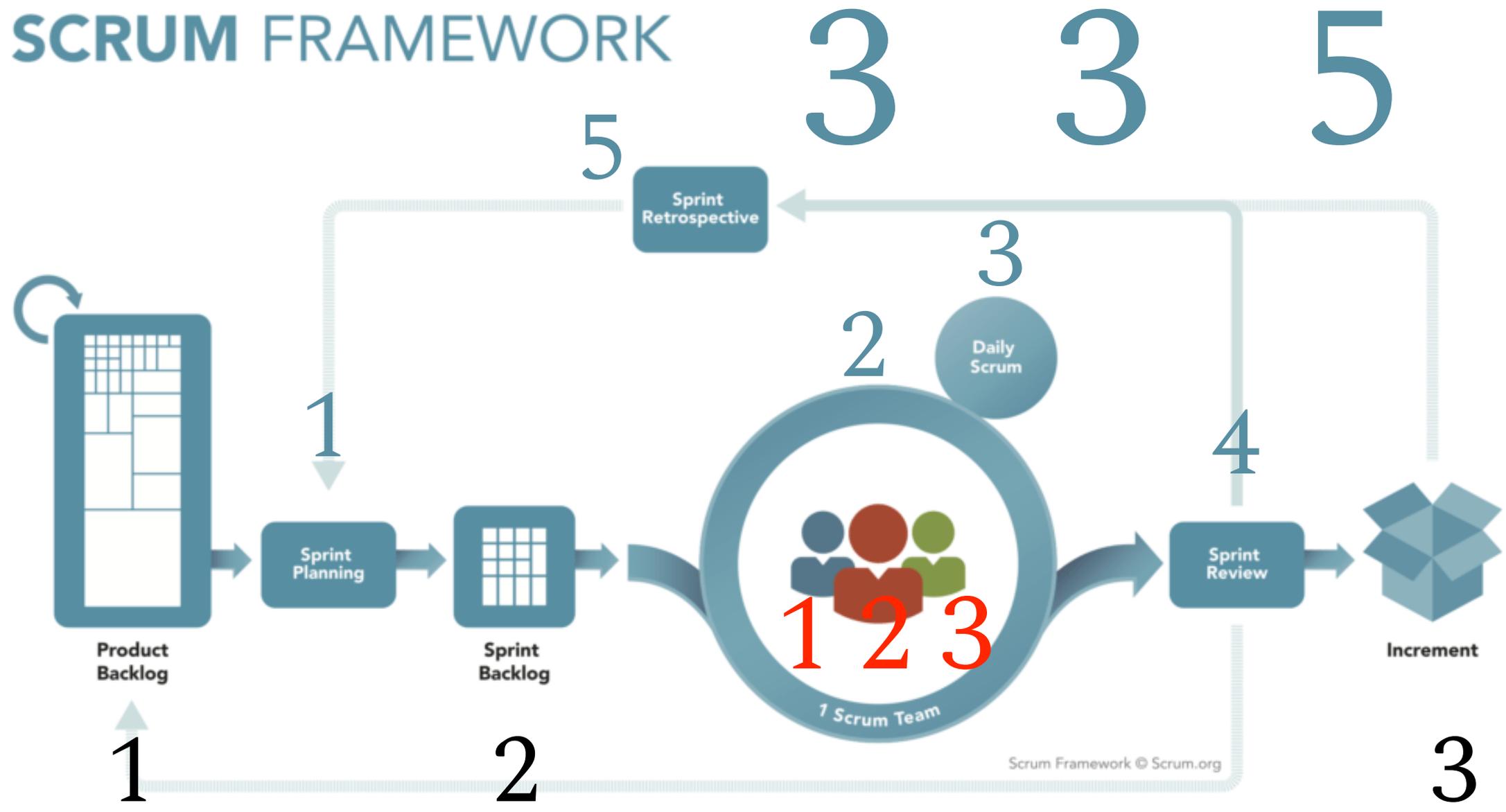
12 Reflect and **adjust**



**SCRUM un modèle,
cadre, framework,
structure c'est
l'utilisateur qui
décide quoi
faire**



SCRUM FRAMEWORK



Cycle ou sprint ou itération mensuel

=

CD : continuous delivery

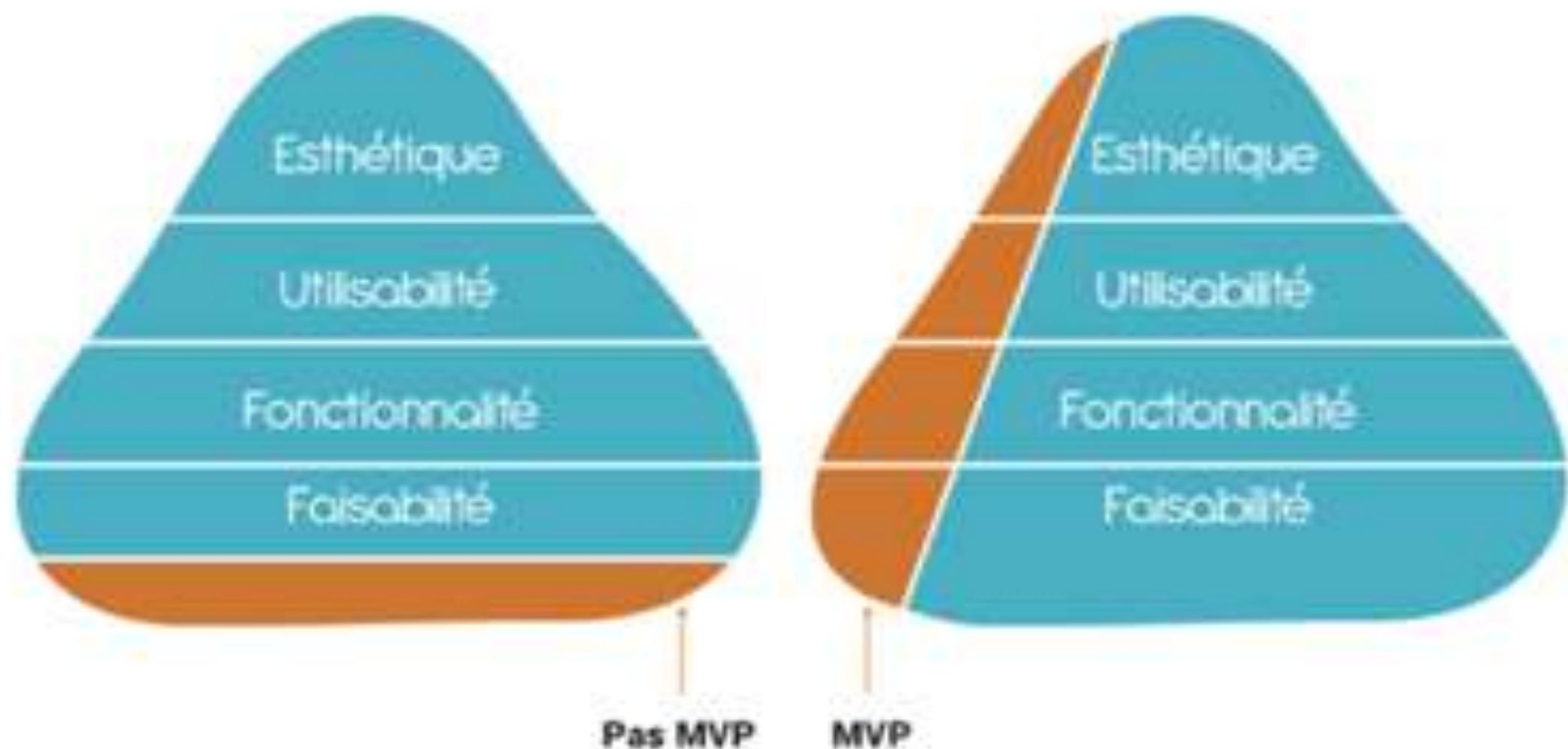
CI : continuous integration

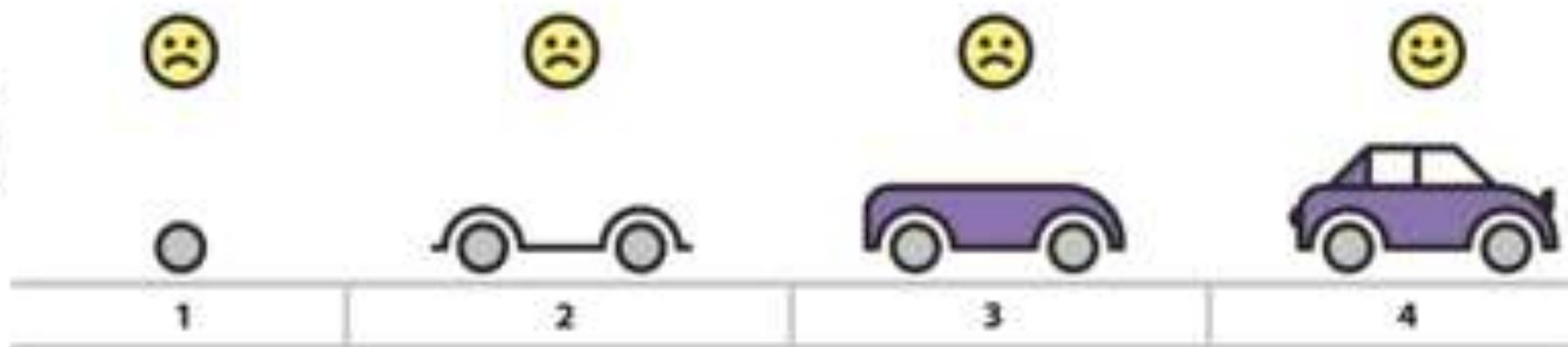
DevOps

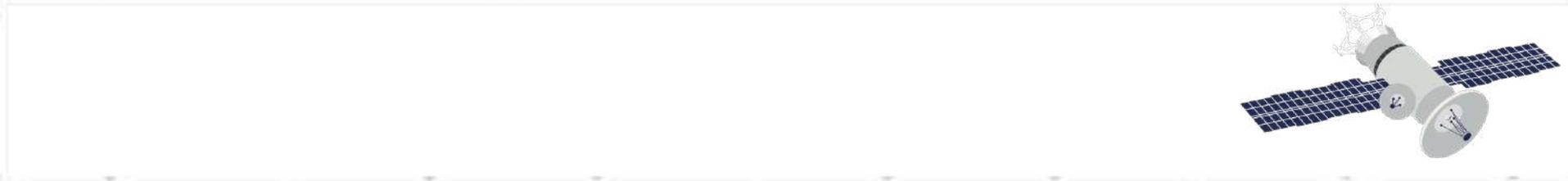
=

la solution ou MVP avance réellement

PRODUIT MINIMUM VIABLE







1

2

3

4



1

2

3

4

5

A hand-drawn white circle with a textured, brush-stroke appearance is centered on a solid blue background. The word "LEAN" is written in white, uppercase, sans-serif font in the center of the circle.

LEAN



THE LEAN STARTUP



ERIC RIES

Accelerators
vs.
Incubators

STATION F

Y Combinator

PLUGandPLAY

The Family

500 Startups

TechStars

A large, white, sans-serif letter 'Y' is centered on a solid orange rectangular background.

Paul Graham
Jessica Livingston



Demo day
after 3 months of intensive work
Equity for mentoring

Join the ultimate innovation platform.

We connect the best technology startups and the world's largest corporations.

Boost your startup

Innovate your corporation

 Learn More



What is Plug and Play?



Accelerator Programs

We run over 50 industry-themed accelerator programs a year in cities across the world.

[Get Boosted](#)



Corporate Innovation

We supercharge the innovation of over 250 industry-leading corporations.

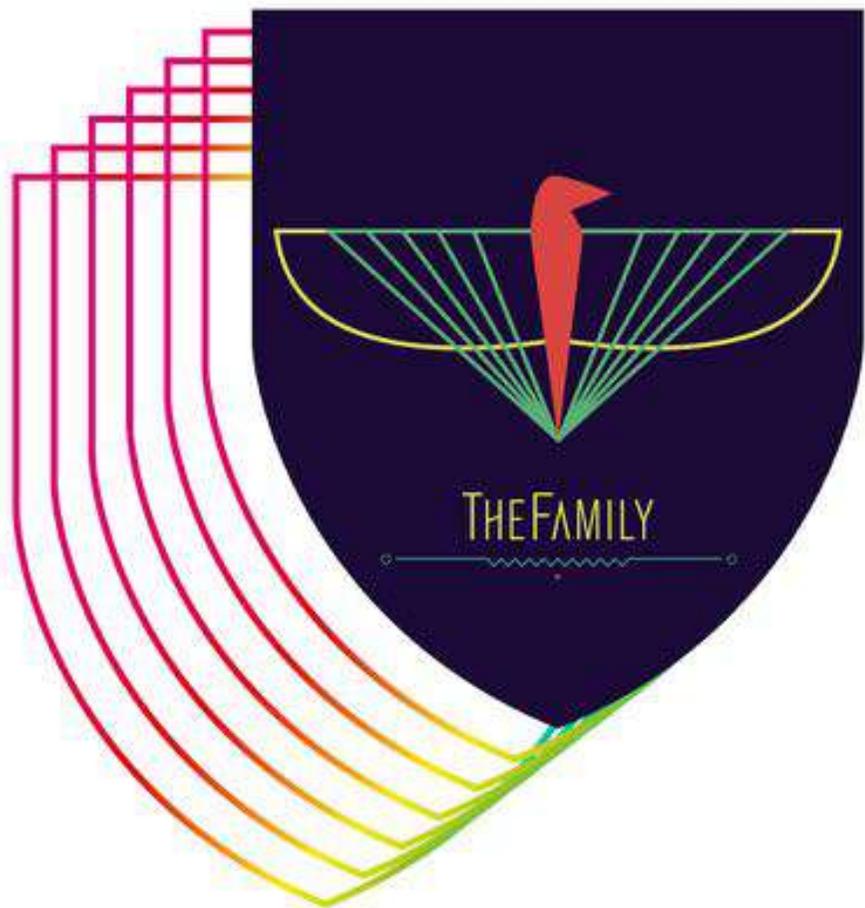
[Get Innovative](#)

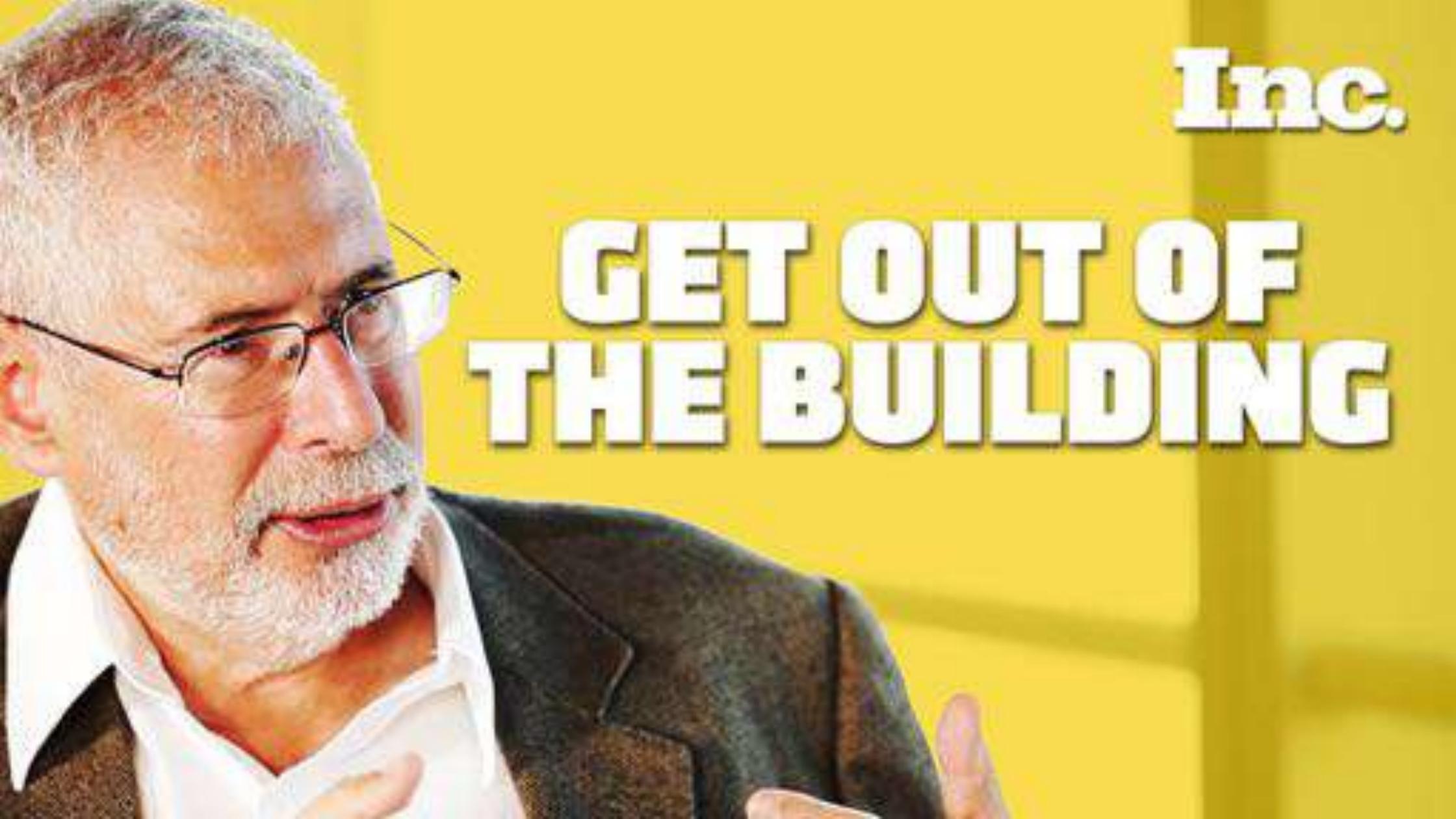


Venture Capital

We invest in over 250 companies a year and co-invest with the world's best VCs.

[Get Funded](#)



A man with grey hair, glasses, and a beard is shown from the chest up, wearing a white shirt and a dark jacket. He is looking slightly to the right and appears to be speaking. The background is a solid yellow color. Overlaid on the right side of the image is the text 'Inc.' in the top right corner and 'GET OUT OF THE BUILDING' in large, bold, white letters with a black outline in the center-right.

Inc.

**GET OUT OF
THE BUILDING**

MVS

minimum viable strategy

MMS

stratégies adaptives

stratégie traditionnelle

Analyse
2/4 mois

Définition de la stratégie
2/4 mois

Test et communication
2/3 mois

Execution
3/6 mois

rapidement
obsolète

peu
réactive en
cas de
modification

+SWOT
-VUCA

4

**conditions /
pratiques /
outils**

**pour une
MVS**



**Commencer le
plus vite possible**



**Embrasser les
modifications**



**Accepter les
incertitudes**



**Impliquer le plus
de personnes**

ANALYSE

NPS

Crowdsourcing

MCA

market contact
audit

Google Analytics

PROCESS

SPRINTS

MVP

POC

Continuous
Delivery

Datalake

LIVRABLE

Stratégies
optionnelles

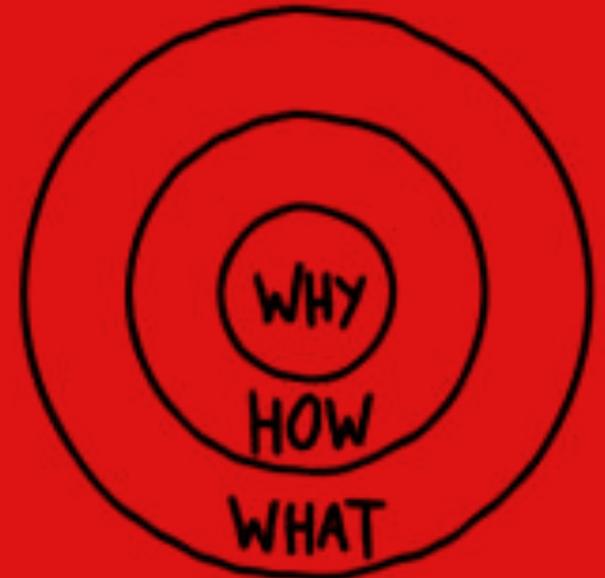
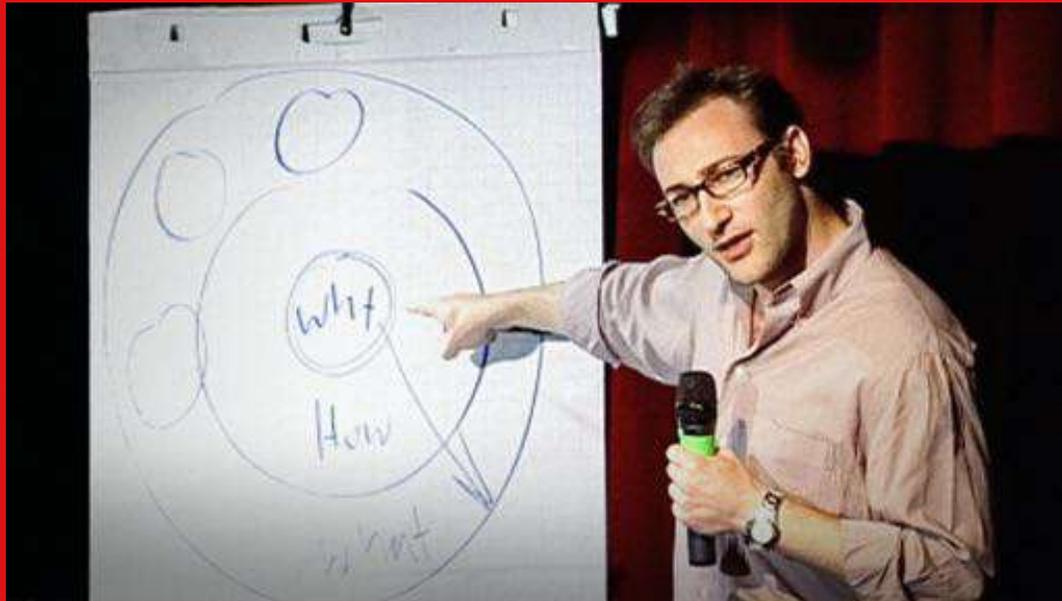
Stratégies en
ABtest avec
analytics

Minimum
Viable
Strategy



Simon Sinek

WHY



THE HubSpot



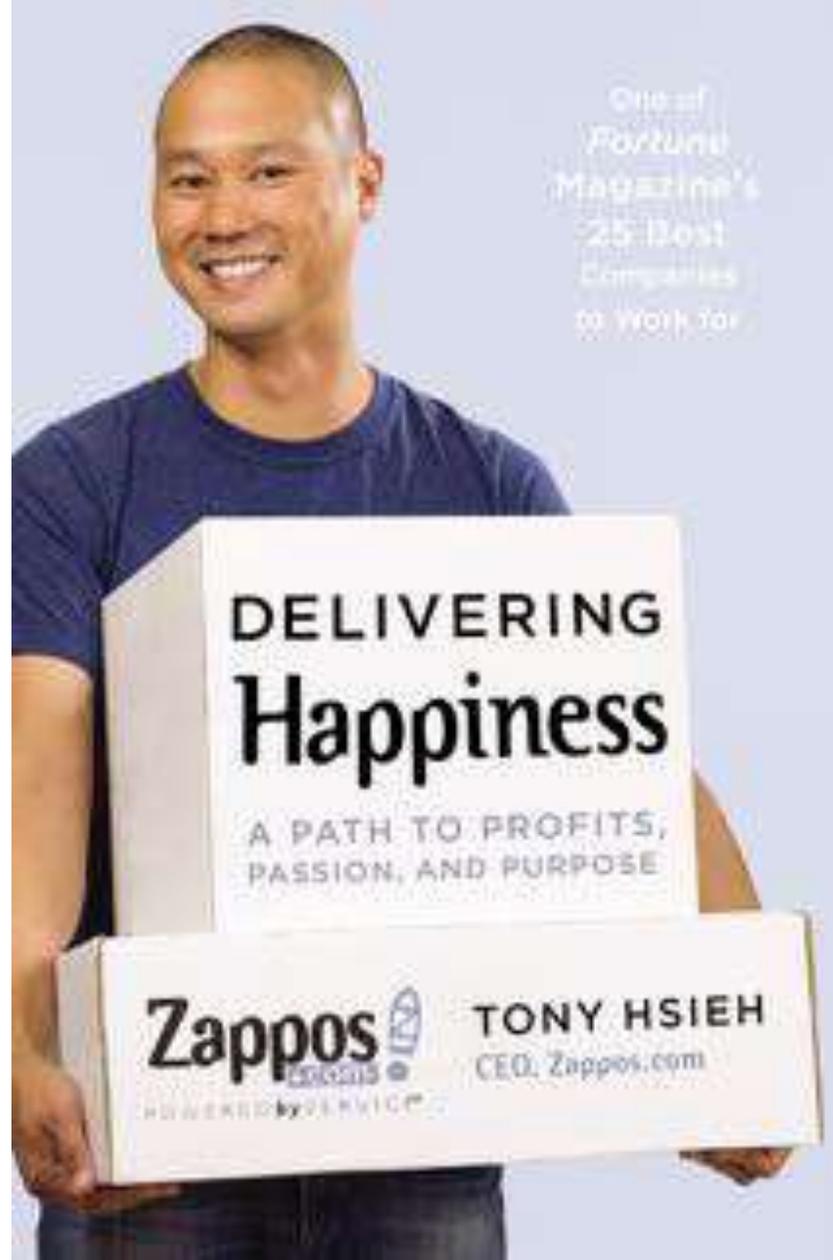
CULTURE CODE

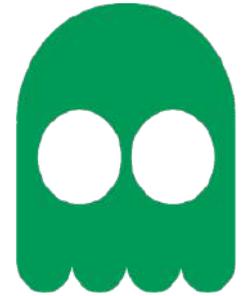
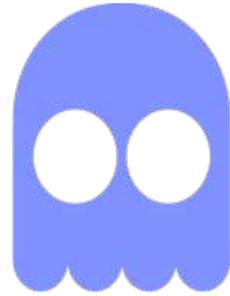
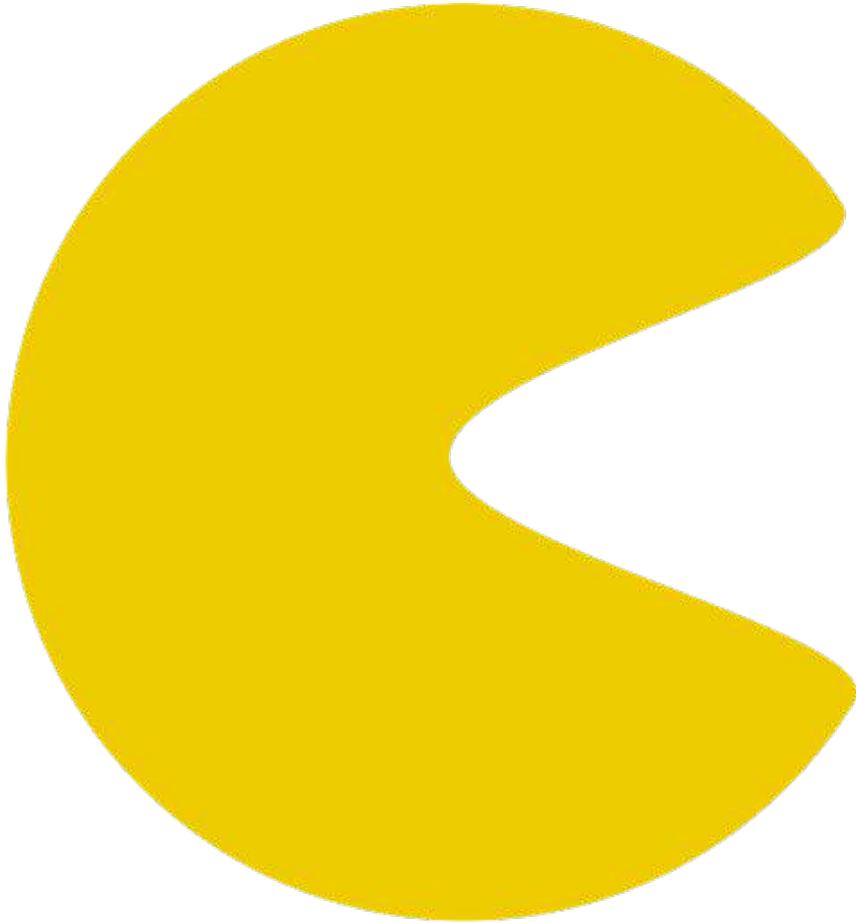
Creating a company we love.

Zappos

Delivering Happiness

Tony Hsieh





CULTURE EATS STRATEGY FOR BREAKFAST

Peter Drucker

A blurred background image of a night festival or outdoor event. The scene is illuminated by warm, glowing string lights that stretch across the frame. In the foreground, the silhouettes of trees are visible against the twilight sky. In the background, a crowd of people is gathered, and a body of water is visible, possibly a lake or river. The overall atmosphere is festive and social.

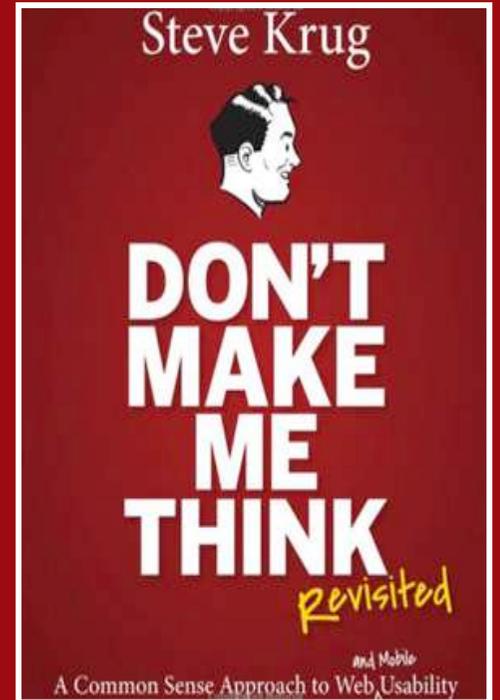
UX

CHAPTER

1

Don't make me think!

KRUG'S FIRST LAW OF USABILITY



FEEL



CURATION

Curation de contenus

Sélection + Agrégation +
Éditorialisation + Contextualisation +
Enrichissement + Partage

=

Curation

You are the content you publish



Content Curation Service

Professionals:

Create and grow your online presence in minutes by publishing curated content.

[SIGN UP FOR FREE](#)



Content Marketing Automation

Marketers, business owners and agencies:

Save time producing and promoting content. Get intelligent and actionable recommendations to amplify your results.

[LEARN MORE](#)

Trusted by 2.5+ million professionals and marketers

Ma liste

Favoris

Archives

Articles

Vidéos

Images

Tags >

Ma liste

Digitalisation du secteur immobilier : une modernisation plus que nécessaire

A l'heure où il est possible de réserver un logement pour quelques jours sur Airbnb ou une chambre d'hôtel sur Booking.com en quelques clics, louer ou acheter un logement est un véritable parcours du combattant.



Entrepreneur.fr

Extreme pour Boucheron

Pour enrayer ses collaborateurs du monde entier dans son grand plan de croissance et de transformation, la maison Boucheron a choisi de leur proposer une webserie tournée en français composée de neuf épisodes de quatre minutes.



Entrepreneur.fr

Pollutec : Rejoignez le Pavillon Fre innovations et développer vos opp



Entrepreneur.fr

Lean Startup Conference 2018



Entrepreneur.fr

15 Can't Miss Mobile Conferences & Events for App Developers: Summer 2018



Entrepreneur.fr

Un guide pour devenir UX designer



Entrepreneur.fr

Modern Marketing

Sprinklr 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

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



2

Product Details Capabilities Scalability and Reliability

Contact Us

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

Once again, Gartner ranked Oracle Eloqua as a Leader for its clear market understanding and sales strategy. The report saw as Eloqua's strengths: data management, ABM functionality, and scalability. See how Eloqua compares to other CRM Lead Management Leaders.

Read the report

Best-in-Class Digital Marketing CX Marketing

- Oracle Eloqua
- Oracle Responsys
- Oracle BlueKai
- Oracle Maxymiser
- Oracle Infinity
- Social Cloud



3

There's a better way to grow.

Marketing, sales, and service software that helps your business grow without compromise. Because "good for the business" should also mean "good for the customer."

Get HubSpot free

Get started with FREE tools, and upgrade as you grow.



SOLUTIONS FOR EVERY DIGITAL MARKETING NEED

From acquisition to advocacy, drive measurable results



LEAD MANAGEMENT



EMAIL MARKETING



CONSUMER
MARKETING



CUSTOMER BASE
MARKETING



MOBILE MARKETING



REVENUE
ATTRIBUTION



ACCOUNT-BASED
MARKETING

5



0 800 908 534

[Nous contacter](#)



[Connexion client](#)

[Produits](#)

[Solutions](#)

[Services et assistance](#)

[Événements](#)

[Succès client](#)

[À propos de Salesforce](#)

ESSAI GRATUIT

Solutions par rôle

[Sales](#)

[Service](#)

Marketing

[IT](#)

[DES QUESTIONS ?](#)

[0800 908 534](#)

[CONTACTEZ-NOUS](#)

Des parcours client personnalisés au service d'un marketing intelligent

DÉCOUVRIR LA PRÉSENTATION

"Grâce à Salesforce, nous sublimons artisanat et tradition pour faire rêver nos clients."

DAVID HOLDER | PRÉSIDENT DE LADURÉE
[REGARDER LA VIDÉO](#)

LADURÉE

Pâtis



Voici Astro

Votre guide dans Trailhead, pour apprendre à utiliser Salesforce de manière ludique >

6

SELLIGENT NAMED A LEADER

THE FORRESTER WAVE™: CROSS-CHANNEL
CAMPAIGN MANAGEMENT (INDEPENDENT
PLATFORMS), Q4 2019

Selligent was recognized for its 'focus on moments-based marketing' and as a leader among Independent Cross-Channel Campaign Management Vendors.





Développez votre activité avec le meilleur logiciel CRM, facturation & comptabilité

Éliminez la complexité administrative avec une solution en ligne qui automatise votre cycle de vente.

Je veux tester moi-même

Je préfère une démo



Sally's Deal
Bonne nuit / Bonne nuit...
Bonne nuit / Bonne nuit...
Bonne nuit / Bonne nuit...

Ce site Web utilise des cookies

Les cookies sont utilisés pour améliorer votre expérience de navigation sur notre site Web. Ils nous permettent également de collecter des informations sur l'utilisation de notre site Web pour améliorer nos services.

8

Les expériences positives prennent du temps. En fait, quelques millisecondes.

Adobe Experience Cloud inclut huit solutions pour vous aider à répondre aux besoins précis de vos clients au bon moment.

Des solutions marketing pour chaque besoin.



Analytics

Regroupez, analysez et exploitez en temps réel les données de vos clients à travers tous les canaux de marketing.



Audience Manager

Créez des profils d'audience uniques pour pouvoir identifier vos segments les plus intéressants et les cibler.



Campaign

Diffusez des messages automatisés et personnalisés sur l'ensemble de vos canaux de marketing en temps réel.

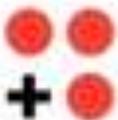


Experience Manager

Simplifiez la gestion et la diffusion de votre contenu et de vos ressources pour maximiser vos expériences.

Mapp Cloud is a badass digital marketing platform for companies that don't want to follow the flock.

WHAT YOU CAN DO WITH
mapp CLOUD



mapp
ACQUIRE

Run down and convert your ideal customer online with Mapp's data management platform (DMP)



mapp
ENGAGE

Create campaigns that blow your customers' minds with Mapp's cross-channel execution engine



mapp
INTELLIGENCE

Use real-time customer intelligence, powered by Webtrekk, to turn data into insights, and insights into action

9

BUSINESS
INTELLIGENCE
ÉTUDES
RECHERCHES

Ecoute des réseaux sociaux et Intelligence artificielle

Les marques utilisent la plateforme Synthesio pour écouter les conversations en ligne et identifier automatiquement des verbatims de consommateurs directement actionnables. Moins de recherche, plus de stratégie. Développez l'intelligence de votre organisation avec l'intelligence artificielle fournie par Synthesio.

DEMANDER UNE DEMO



Dernières Infos: Grâce à la BI, Synthesio intègre le reporting à sa solution de Social & Consumer Intelligence. [En savoir plus](#)



Portée Mondiale

Obtenir et stocker des sources sociales de 195 pays.



Multilingue

Plus de 80 langues dont plus de 20 avec l'Analyse Automatique du Sentiment.



Des Milliards de Mentions

Trois cents milliards de mentions collectées depuis 2006 et plus à venir.



Données personnelles et sécurité

2,5 pétaoctets de données stockées sur nos serveurs sécurisés.

2

Market Intelligence

Digimind Intelligence is a Web and Mobile friendly application that allows you to monitor changes in your business environment.

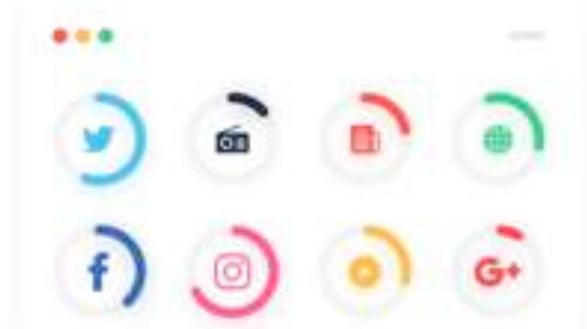
SEE IT IN ACTION



MARKET INTELLIGENCE

State of the Art Sourcing

Collect information in multiple languages through a myriad of sources, such as webpages and websites, databases, RSS feeds, forums, social media, etc.



A new kind of **intelligence**

Our products bring structure and meaning to the voices of billions of people, so you can make decisions that truly fit with consumer and buyer needs.

SEE IT IN ACTION

Trusted by over 2200 of the world's biggest brands

Walmart

Unilever

Microsoft

INRA

L'OREAL

4

We spot the trends before they're trending

The media intelligence you need, with the Outside Insight to take you further.

[LEARN MORE >](#)

A solution for every department

See what we can do as a partner.



PR & COMMUNICATIONS



MARKETING



EXECUTIVES



ENTERPRISE

5

Drive the conversation

Mention enables brands & agencies to monitor the web, listen to their audience and manage social media

[Start your free trial](#)

✓ No credit card required ✓ 14 days for free ✓ Cancel anytime

6

Get Real Time Insights into All Your Customer Conversations



Powered by Next-Generation Artificial Intelligence to Deliver Maximum ROI

Take a Tour

Delivering Fast, Accurate, and Deep Consumer Insights



Real-Time



All Data



Scale



AI & Machine Learning

EXERCICE GROUPE

1. Qrcode
2. Slido
3. Exemple de phygital
4. Url shortener
5. digital=?
6. UX ≠ CX ?
7. SEO
8. NPS
9. HBR HBS
10. VOC
11. Zero to ... ?
12. Def. marketing
13. Formule calcul NPS
14. VUCA
15. GEN Y vs. GEN Z
16. numérique vs. digital vs.?
17. Time is money ???
18. liquid ?
19. Unitag
20. 1111
21. Gafa + ?
22. NATU + ?
23. BAT + ?
24. GIG economy
25. NBIC
26. Benchmark intersectoriel
27. Living Services
28. e-sport
29. IOT
30. LinkedIn SSI
31. Agile date
32. ~~Agile nombre principes~~
33. ~~Lean~~
34. 4IR vs. 3IR
35. ~~Kanban~~
36. Scrum
37. ~~Product Backlog~~
38. YC Business Model
39. POC
40. ~~YC funder~~
41. «Get out of the ?»
42. ~~Slack~~
43. Incubateur name ?
44. Licorne (unicorn)
45. ~~Tony Hsieh~~
46. MVP



PAR GROUPE :

Quels sont les dix meilleurs outils de INBOUND MARKETING.

Pour chacun d'eux vous préciserez :

- à quel moment du parcours client les utiliser**
- pourquoi ils sont adaptés au inbound**

En conclusion vous donnerez votre avis : le inbound seul est il suffisant ?



PAR GROUPE :

Etablir le calendrier annuel des publications de votre entreprise sur la thématique de l'utilisation des deep tech dans votre industrie.

C'est le brand Content annuel

UseCaseLa

b

PLAN DIGITAL



FINAL PAR GROUPE :

**Remplir le plan digital du développement
d'une BU de votre entreprise**

**Préparer une présentation à distance de
5 mn**

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 ?

John Doe



Sensus | **Désirons** | **déterminé**

Goals

- A task that needs to be completed
- A life goal to be reached
- Or an experience to be felt

Frustrations

- The challenges this user would like to avoid
- An obstacle that prevents this user from achieving their goals
- Problems with the workspace solutions

Motivation

- Incentive
- Fear
- Growth
- Power
- Social

Brands & influencers

Preferred Channels

Personality

Introvert | Extrovert

Thinking | Feeling

Sensing | Intuition

Judging | Perceiving

Bio

The bio should be a short paragraph to describe the user journey. It should include some of their history leading up to a current use case. It may be helpful to incorporate information listed across the template and add pertinent details that may have been left out. Highlight factors of the user's personal and/or professional life that make this user an ideal customer of your product.

Remember - you may modify this template, remove any of the modules or add new ones for your own purpose

Non ne veut pas être parmi de "mooovers"

Age: 28
 Work: première expérience en centre d'appel
 Family: un couple libre
 Location: Genève
 Character: Free

Jean-Luc



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

Revenus

Ville

Fréquences

Niveau Technique

Usage mobile

Know How

Nom	Jean-Luc
Age	36
Vie à	Paris
Avec	Jeanne
	Sans enfant
Education	Supérieure (ingénieur école 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

Jean Luc 36 ans est pilote depuis 3 ans dans une compagnie européenne

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
Age 36
Vie à Paris
Avec Jeanne
Sans enfant
Education Supérieure (ingénieur école promo ...)
CV pilote entreprise 1
Pilote entreprise 2
Passionné d'aviation et de modèle réduits
Passionné de races de chiens et de voyages en Asie

USER STORY / PAIN POINT / PROBLÈME

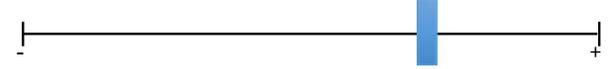
Revenus



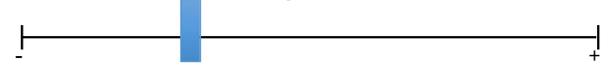
Ville



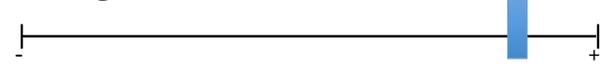
Fréquences



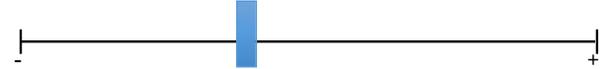
Niveau Technique



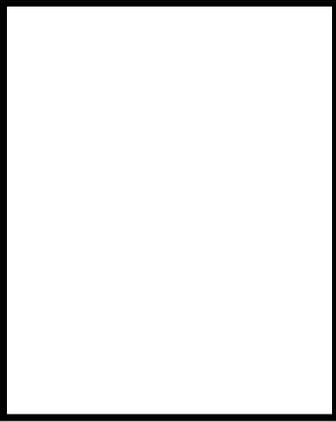
Usage mobile



Know How



--	--	--	--	--	--	--	--	--	--



«
.
.
.
»



Age
Vit à
Avec
Enfant(s)
Éducation
Diplôme
Première entreprise
.
.
Occupations

USER STORY / PAIN POINTS / PROBLÈMES

- .
- .
- .
- .
- .
- .
- .

.....

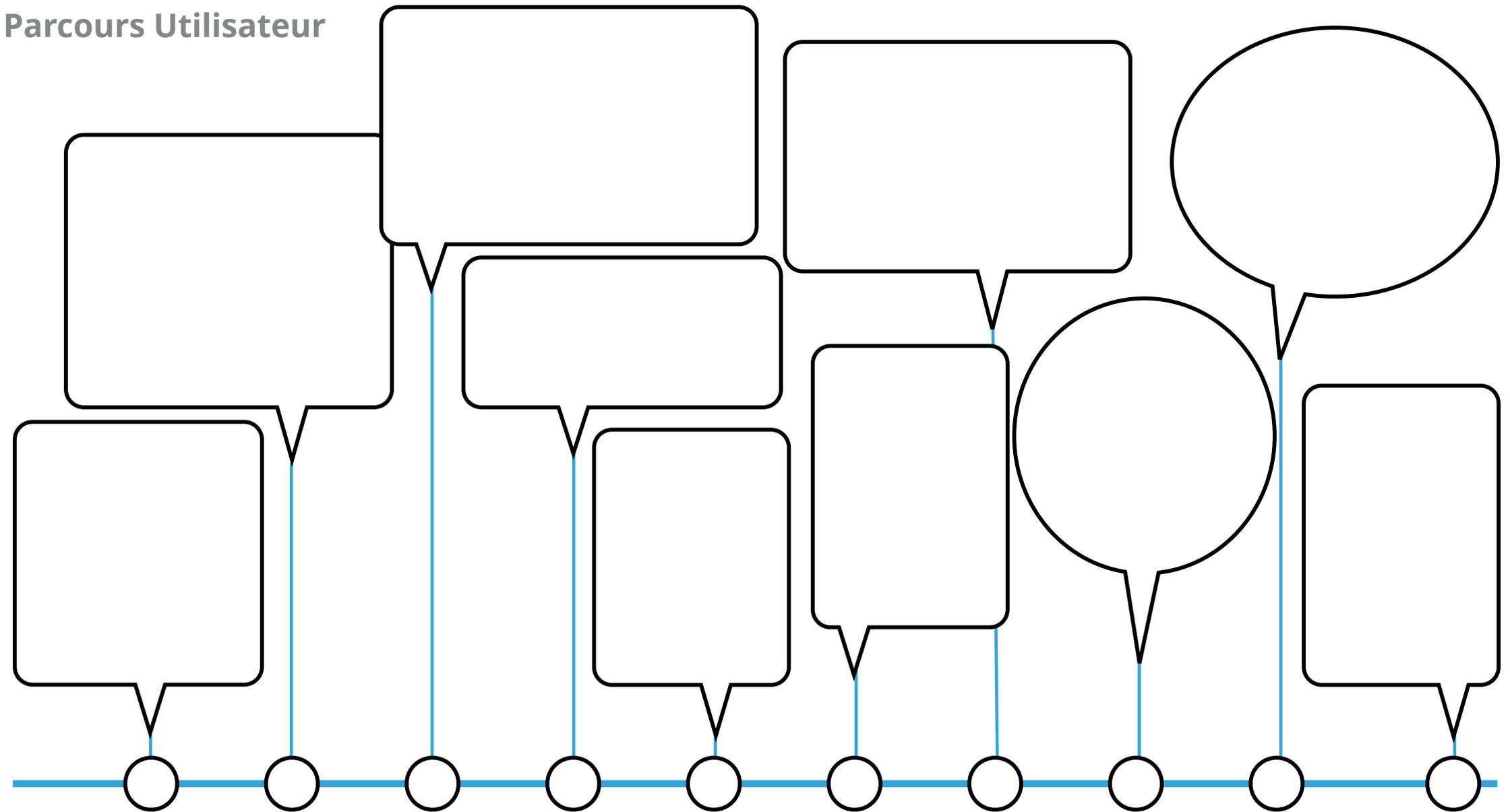
.....

.....

.....

.....

Parcours Utilisateur



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

Nouveau nom du : 1 produit 2 entreprise		
Secteur (s), pays, industrie (s)		
Positionnement et/ou Promesse		
Business Model BotBtoC		
Définitions du marketing	Définition générale, courte et simple du marketing	Adaptation de cette définition pour ce cas de BtoB

Nom opération	Outils utilisés	Avantages Utilités	Date ou période	Budget HT

Cible	Responsable	Outils utilisés	Argumentaire	Date ou période	Budget HT