

#HelloMSIN

12 nov. 2022



@ k r a t i r o f f

MSI

manager des
systèmes
d'information

DIGITALmarketing

hubertkratiroff

INSPIRING IDEAS AND TALENT
TECHNOLOGY & INNOVATION

MSIN

**CONFÉRENCE MARKETING & TRANSFORMATION
DIGITALE
PAR HUBERTKRATIROFF**



**GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT**

TECHNOLOGY & INNOVATION

une école

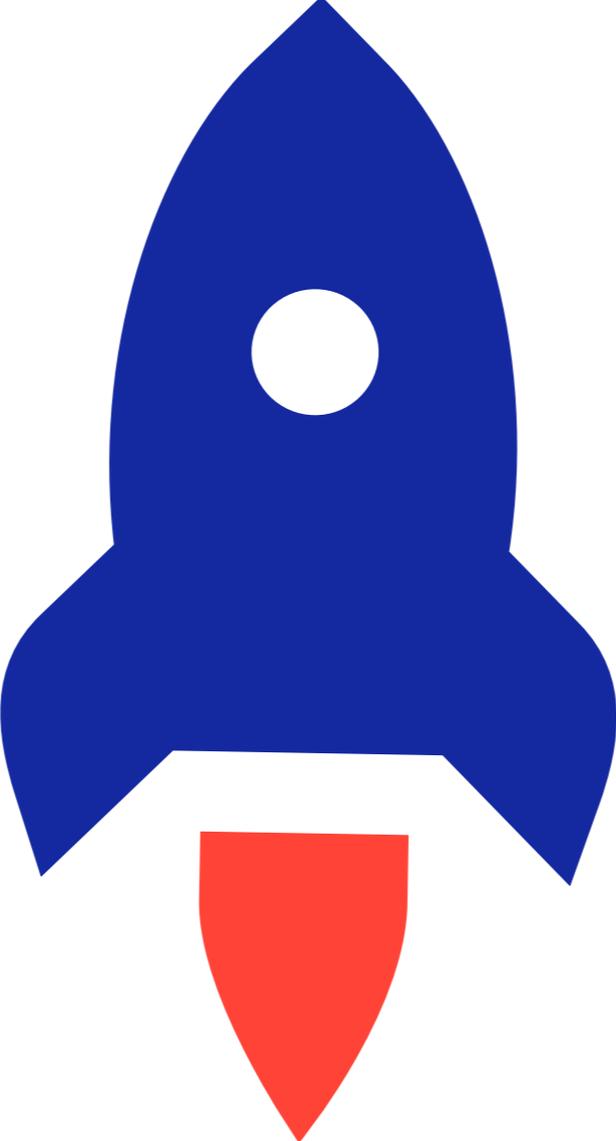
 CCI GRENOBLE

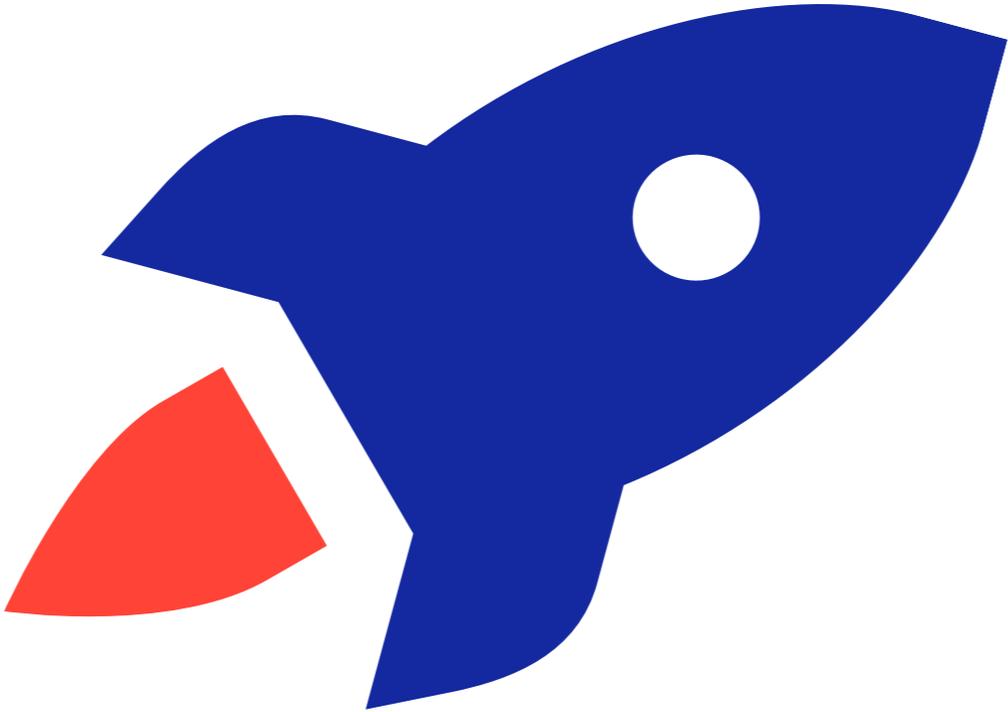
**Act
Think
Impact**



**Act
Think
Impact**

G

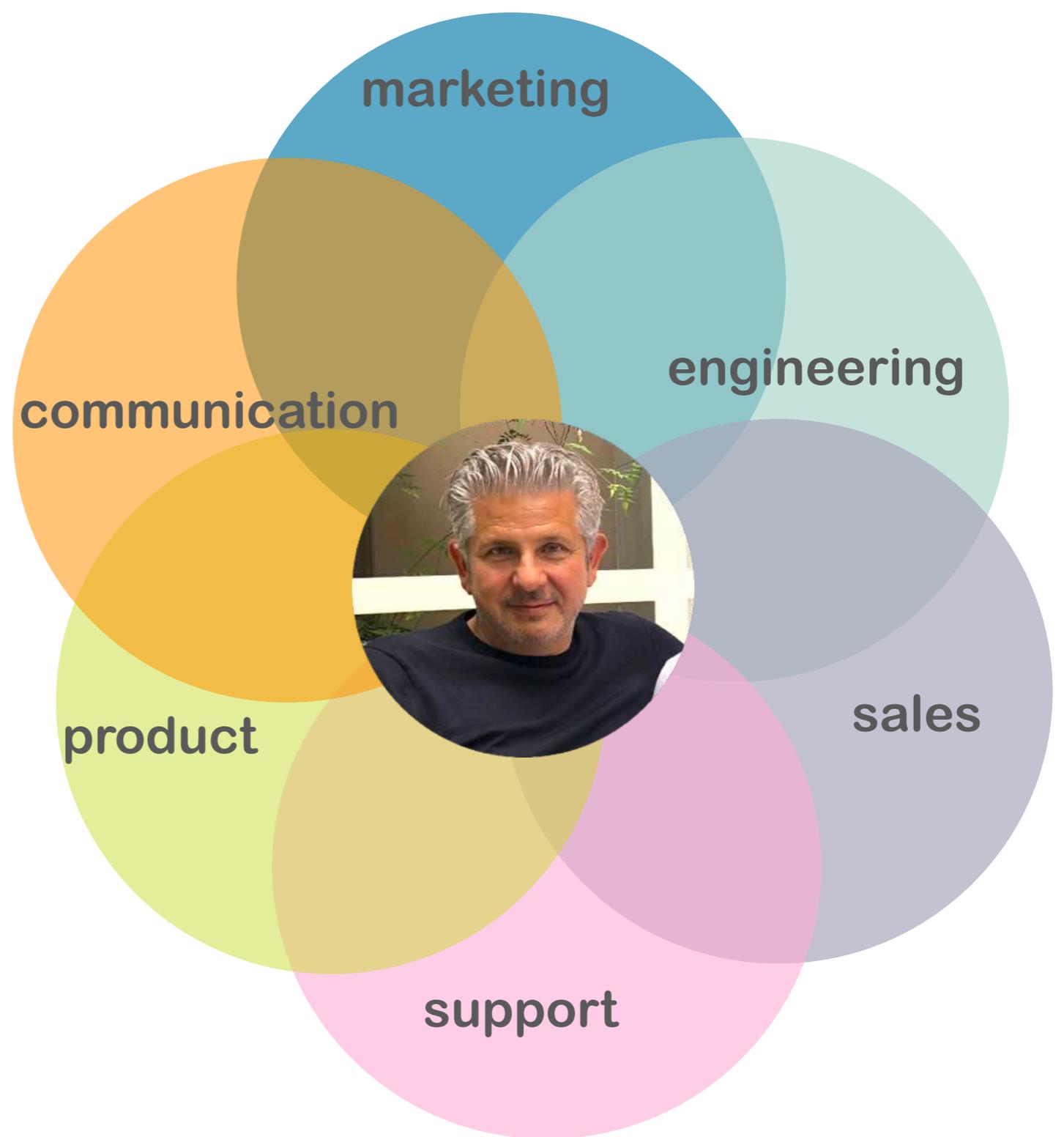






technology evangelist

hubert@kratiroff.com



technology evangelist

full stack marketer

CDDO: chief digital/data officer

DPO: Data Protection Officer

professeur d'économie numérique

expert **learn marketing, CMI, marcom**

everyday writing, coding & programming

entrepreneur / consultant



hubert@kratiroff.com



@kratiroff



linkedin.com/in/kratiroff



UX
EX

CX

SK

Menu Recherche HERMÈS PARIS Compte Panier



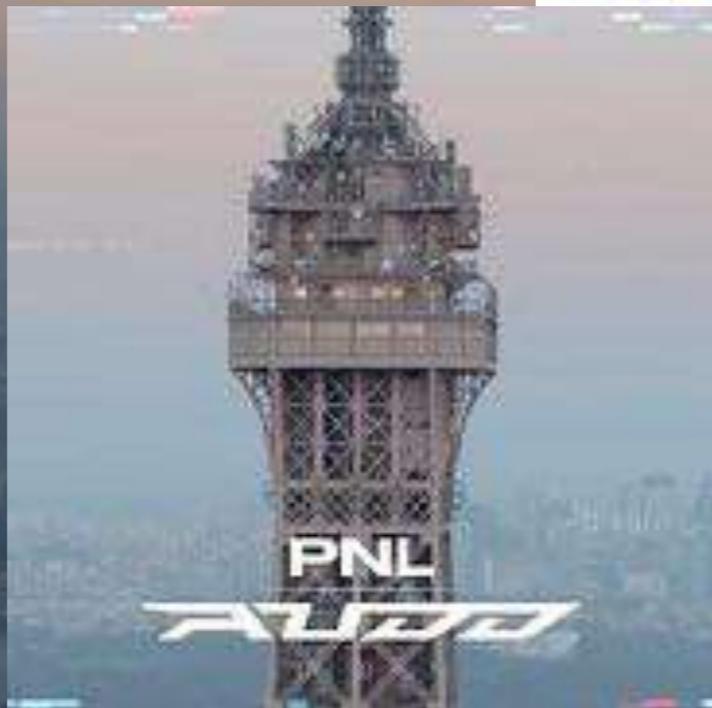
PAPRIKA BRASIL
EAU DE TOILETTE

233 € (333 ml)

Paprika Brasil. Une de nos plus belles fragrances au paprika et au bois de brésil, aussi que d'être.

Disponibilité: 122 62

Ajouter au panier



Google

pnl au dd

AI Images Videos News Maps More

About 3,030,000 results (0.45 seconds)

Tip: Search for English results only. You can specify your search language in FR

Au DD

1 me de PNL

Paroles

Au DD

J'ai passé la soirée, le pé-cou, et vi-sser, des regrets devant ton bébé
J'sort de chez toi, j'reprends ta voiture mal garée puis j'retre ton PV
J'recherche un billet, des affaires, des plans dans la planque, un peu trop petit..

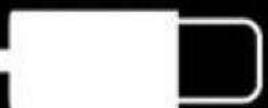
Source: Musixmatch



CD QALF

€12,99

RECOMMANDER



À PROPOS

CD

Conten

LEGAL

Mer Comptable

Tout savoir de ce produit

ARTISTE : DAMSO

TITRE : QALF

DURÉE : 48'08

QALF



Choose a ride, or swipe up for more

 **PNL**  4
10:56 à destination **0,00 €**

 **Pool** **8,88 €**
11:01-11:13 ~~10,70 €~~

 **UberX** **11,11 €**
10:55 ~~13,38 €~~

UX > CX

***En nombre :
plus de user que de client***

CX > UX

*En qualité : plus de contact
avec les client*

UX => *UE*

user engagement



AAARRR

TUNNEL FUNNEL ENTONNOIR PIPELINE



manager des
systèmes
d'informations

expérience

phyggitale

N°1

toutsurlemarketing.com/MSI

Google ranking :

1^{er}: msin digital marketing

1^{er}: gem msin digital

2^{ème}: gem msi

2^{ème}: MSIN GEM avec snippet



Où cacher un corps pour un crime parfait ?

Les acronymes du marketing moderne



Tout le marketing a ses jargons, en attendant qu'une bonne partie des acronymes – les bons performeurs – du marketing digital, soit tel le marketing de tous les jours. Et même si nous pensons, comme Star* que ACS (acronyms seriously suck), sachez que IAWIU (I totally agree with you guys), mais c'est le langage des entreprises à votre service (et même s'il) *notre site Star Mail à ses abonnés 2010 (Twitter, LinkedIn, Facebook). Being and performing PayPerClick.com

AAR: Average active readers
AAID: Android Advertising (Growth)
AAIR: Acquisition, Activation, Retention, Referral, Revenue
ABC: Above the Line
ABM: Account Based Marketing
ABT: AB testing
AC&S: Association pour commerce et services en ligne (AC&S: Association de l'Économie Numérique)
ADDEX: Ad Exchange platform
AdTech: Advertising Technology (of MarTech)
ADR: Google DoubleClick Ad Exchange platform
ADA: Advertiser Interest Drive Action "not business funnel"
AMN: Ads like A nothing
AMP: Accelerated Mobile Pages de Google
APP: Application (a program designed to run on mobile devices)
API: Application program interface (of MUM)
AR: Augmented Reality (or RA)
ARPU: Average revenue per user
ARM: average recurring revenue (or annual)
ASQ: App Store Optimization (of Search)
ASF: Apache Software Foundation
ASP: Application service provider
AssuTech: of interface
ASX&A: A system Awareness Experience
ATA&A: AdSense + AnyConnect
ATP: Above the fold and below the pl, non visible (of BT)
ATL: above the line (of BT, & media)
AWD: Adaptive web design (of MUM)
BAT(1): Baby, Babes, Taverns, Steam (of UPFA)
BANT formula: Budget, Authority, Need, Timeline (developed by IBM)
BAU: Business As Usual
BI: Business Intelligence
BMG: Business Model Generation by Eric Ries
BOB: Best of Breed

BOF: Bottom Of Funnel (of Funnel)
BPM: Business Process Management
BR: bounce rate (rate totale à une seule page ou non Hopfon etun email)
BR&E: 5 sources consisting with Track and M-1)
BTC: Bitcoin (BT)
BT: Below the fold (ou dessous du pl, non visible (of AT))
BTL: below the line (of ATL & non media)
BtoG: Business to Government
BtoR: Business to Retail
BTOD: Bring your own device (of CYOD)
CAU: Customer Acquisition Unit (of cycle d'achat client modèle de parcours client)
CAD: communication audiovisuelle dynamique (of DOOH & digital signage)
CEO: Chief Customer Officer
CCU: MCC
CCG: Chief des Changes
CDU: customer digital journey
CEO: Chief Executive Officer (of Chief Sales Officer)
CDN: content delivery network / réseau de diffusion de contenu (MUM)
CDP: Customer Data Platform (it's more than a CRM and CRM)
CEM: Customer Experience Management
CES: Customer Effort Score
CGI: Computer-generated imagery
CHD: Chief Happiness Officer
CL: contextual link interface
CLV: Customer Lifetime Value
CM: Community Manager
CM: Content Marketing
CMG: Commission Nationale d'Informatique de L'école (of ROY)
COO: Corporate Open-Online Course
COO: Cost Of Sale

CPA: collective performance et acquisition
CPE: Cost per mille (or equivalent)
CPC: Cost per click, amount of money required to produce a single click (or Cost per Customer)
CPCV: Cost per completed view
CPDV: Cost + Cost + Completed Views
CPV: Cost per view
CPI: Cost per thousand (or mille)
CPT: Cost per Transaction
CPV: Cost per view (see also PPV)
CR: Conversion rate
CRM: Customer relationship management
CRO: Conversion rate optimization
CSAT: Customer Satisfaction Score (not business model responsibility (BSE))
CSG: Creating New Stories
CTA: Call to action
CSB: Customer to Business (of USC)
CT: Customer to Customer
CTR: Click Through rate (number of click on an banner)
CE: Customer experience (including UX)
CYOD: Choose Your Own Device (of BYOD)
D3: of 300
DAO: Decentralized Autonomous Organization (Blockchain)
DDO: Data Driven Document
DDM: data-driven decision management
DDS: data-driven strategy
DL: Digital Learning
DM: Direct mail or Direct message sur Twitter
DM&C: Digital marketing execution and conversion (Google, DC)
DMP: Data management platform
DNS: Domain name system (of IC&S & registre)
DNV: Digital Native Vertical Brand
DOOH: Digital-Out Of Home (Digital Signage)
DL: Deep Learning

Les 150 définitions Conférence NoLimit



Toute spécialité a son jargon, voici quelques définitions utiles, regroupées par grands thèmes. Pour des questions de cohérence, certaines informations sont reprises avec un angle différent d'un thème à l'autre. La majorité des notions abordées et des définitions données sont d'un niveau très basique, l'objectif de ce document est de permettre un accès facile à ce monde digital qui peut en effrayer certains.

Les 100 définitions Conférence NoLimit.....	1
1. ActTech: Advertising Technology.....	2
2. Agence, digital et plus.....	4
3. Economy & general.....	6
4. principe.....	9
5. eRM: key performance indicators.....	9
6. MarTech: Marketing Technology.....	13
7. Research (market & trends) online.....	14
8. Return on investment (ROI/CO).....	16
9. TECHNOLOGIE: media web.....	18
marketing, quelques définitions.....	21



Hubert Kratiroff

CDO at C4C, MyConnecting





WeChat



Hubert Kratiroff 

France



Scan the QR code to add me on WeChat

Tencent Opensource Roadmap



Tencent WeChat MiniProgram SDK opensource



Black Mirror
NOSEDIVE (S03E01)
Entire History of you (S01E03)
Passeport Social : note de confiance
4 millions pax CN



Your Social Selling Index

Top Industry SSI rank

1%

Top Network SSI rank

2%

Current Social Selling Index



Four components of your score

37.45 | Establish your professional brand

16.82 | List the right people

13.27 | Engage with insight

25 | Build relationships

People in your industry



Sales professionals in the Computer Software industry have an average SSI of 32.

You rank in the top 11%.

See change over time

People in your network



People in your network have an average SSI of 42.

You rank in the top 27%.

See top 1% of the top 10%



Hubert Kratiroff
CDO at CX-convers & public speaker



Weekly Social Selling Index



LinkedIn

People in your Industry



Sales professionals in the Computer Software industry have an **average SSI of 33**. You rank in the **top 3%**.

📈 Up 11% since last week

People in your Network



People in your network have an **average SSI of 42**.

You rank in the **top 5%**.

📈 Up 14% since last week

**Act
Think
Impact**



One more thing...



EP001

LEÇON INAUGURALE D'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE & MARKETING MODERNE



**COLLÈGE
DE FRANCE**
—1530—

Méfiez-vous des recettes des années 60

- 4P de Jerome McCarthy (1960)
Produit - Prix - Promotion - Place
- 5B de Charles Kepner (1955): BON -
produit prix endroit moment quantité
- SWOT de Humphrey (1970)
- CAP Caractéristique Avantage Preuve
cognitif / conatif / affectif
- SONCAS / AIDA

WUOLVES
COMIC

HBK.ORG

Harvard Business Review

JULY-AUGUST 2014

38 Strategy
Four Paths to Business
Model Innovation
Karan Grover and Sergio Rosales

50 The 1000 Interview
Lenovo CEO
Yang Yuanqing on
the PC's Future

67 The Big Idea
The Crisis in
Retirement Planning
Robert C. Martin



The New Basics of
MARKETING

~~SWOOT~~

WUJCA

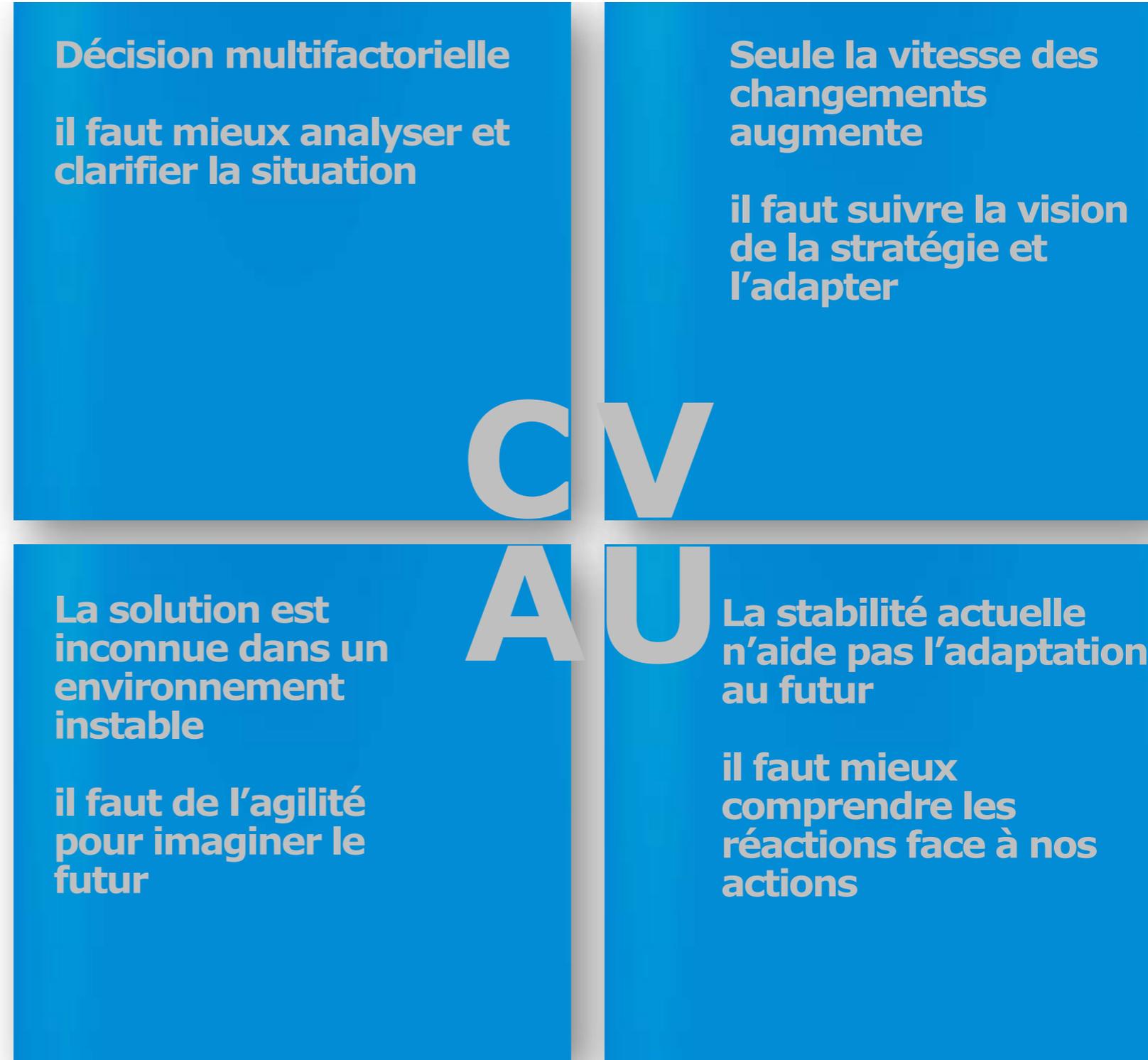
VUCA Simplifié

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

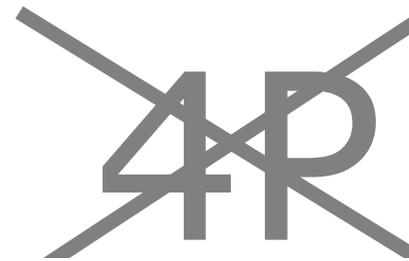


1/ Niveau de connaissance sur l'écosystème, l'environnement et la situation



M3 Modern Marketing Model

- 1. Strategy**
- 2. Market Orientation**
- 3. Customer insight**
- 4. Brand & Value**
- 5. Segmentation Targeting**
- 6. Positioning**
- 7. UX / CX & content**
- 8. Distribution**
- 9. Promotion**
- 10. Data and Measurement**



MixMarketing



MIX mmm



Numérique

invention, technologie, recherche, technique, scientifique, code, brevet...



Digital

innovation, utilisation, usage, assistance, commande, clic, relation homme-machine...



Cybernetique

sécurité, protection, hacker, virus, espionnage, militaire, défense, bureau des légendes



Numérique

Digital

Cyber

1



**LE BUREAU
DES
LEGENDES**

2



**LE BUREAU
DES
LEGENDES**

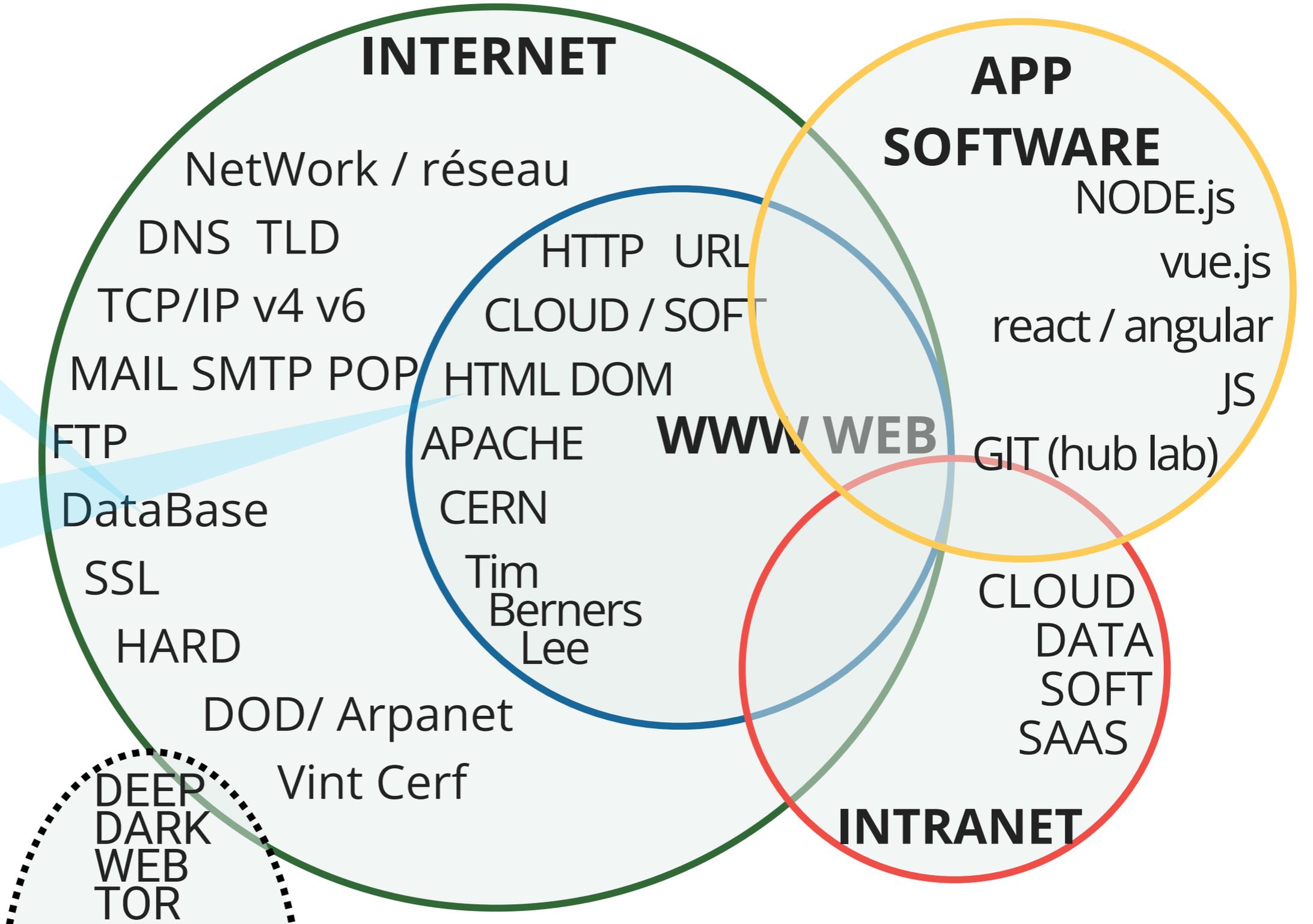
3



**LE BUREAU
DES
LEGENDES**

SQL / Postgres
Oracle
select
from
where
group
having
order

<html>
<head>
<body>
css
.js



Digital
Numérique
Cybernétique
Éthique

=

DATA
contrôle

=

INDIVIDUEL
personnalisation

=

Politique
moral

Vin Cerf
Tim Berners-Lee
Metcalfe
Moore
Rifkin

Satochi Nakamoto

Vitalik Buterin

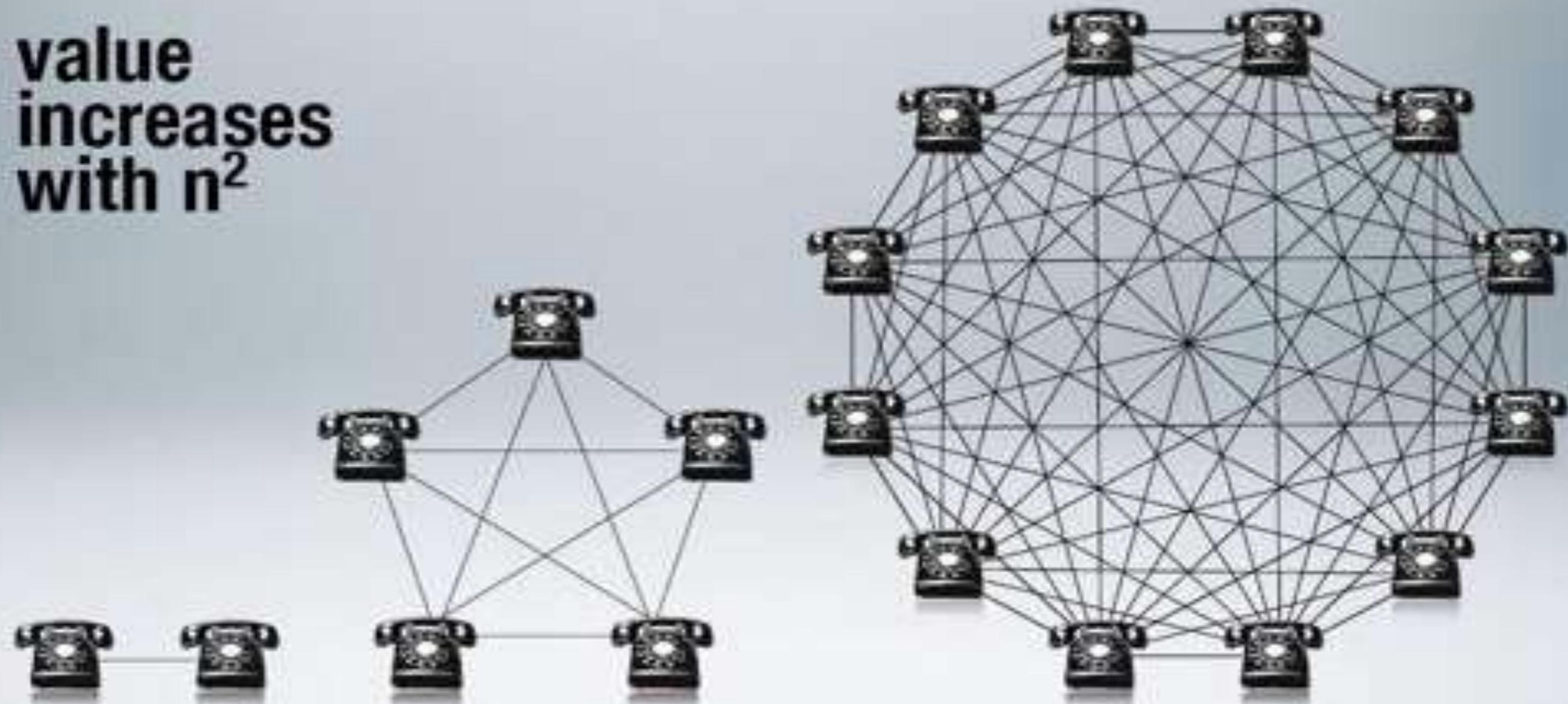
Pascal Gauthier

Nicolas Julia

PNL

METCALFE'S LAW

value
increases
with n^2



"When you're done reading it, you're not only a better person, but a better citizen. It's a book that will change the way you think about the world." —ACQUINTANCE

THE
ZERO
MARGINAL
COST
SOCIETY

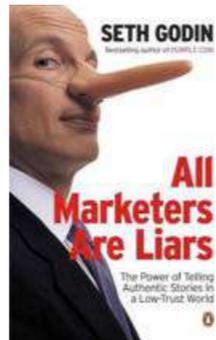
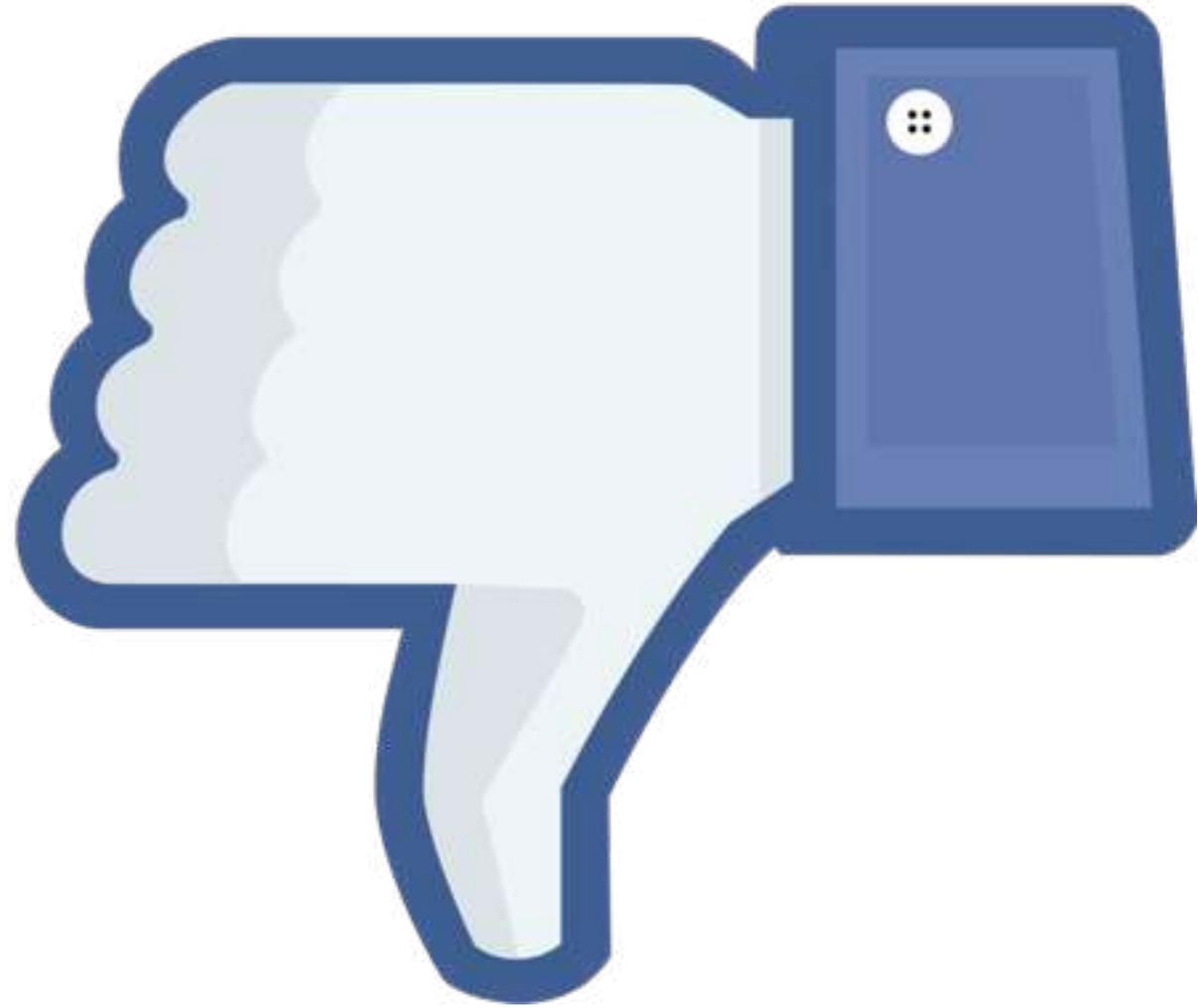
THE INTEREST OF THINGS,
THE COLLABORATIVE COMMONS,
AND THE COLLAPSE OF
CAPITALISM

WORLDWIDE
BESTSELLER

JEREMY RIFKIN

NEW YORK TIMES BESTSELLING AUTHOR OF
THE THIRD INDUSTRIAL REVOLUTION

Marketing sucks



marketing
créer de la valeur

pour l'entreprise,

le client,

et l'écosystème





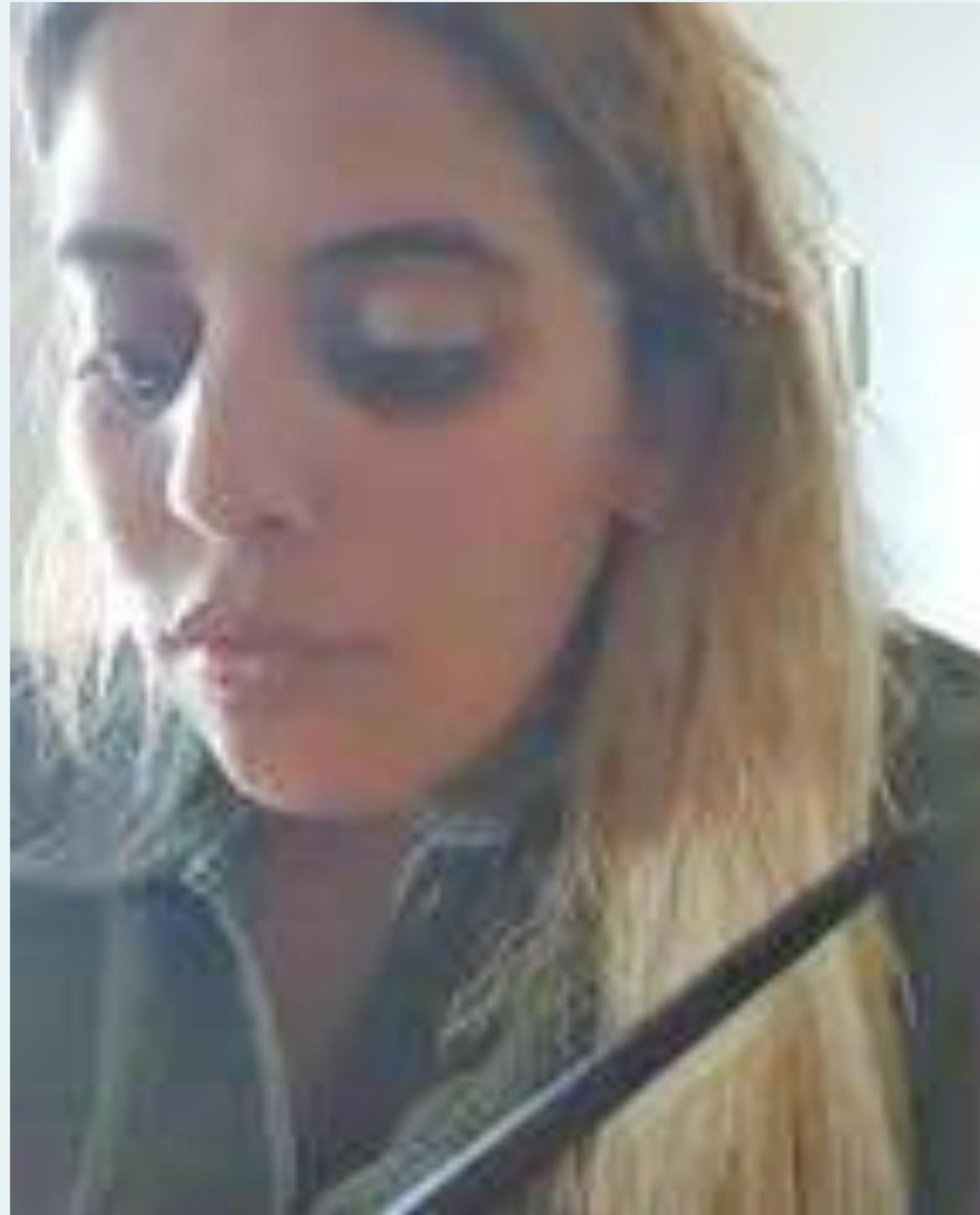
meeting
needs
profitably

Philip Kotler
(2006 12^{ème} édition de Mkt Mgt)



**your
happiness
is my
business**

Aphorisme de Hubert Kratiroff



“

MARKETING

IS NO LONGER ABOUT

the stuff you make

BUT ABOUT THE

STORIES

you tell.

”

- Seth Godin

The best marketing strategy ever :

« CARE »

Gary Vaynerchuk

Stop selling. Start helping

Zig Ziglar

“ Créer de la
valeur pour le
client, l'écosystème
et l'entreprise ”

« Transformer la
satisfaction des clients
en profit pour
l'entreprise »

*Hubert Kratiroff
(2004 Chef de Produit)*

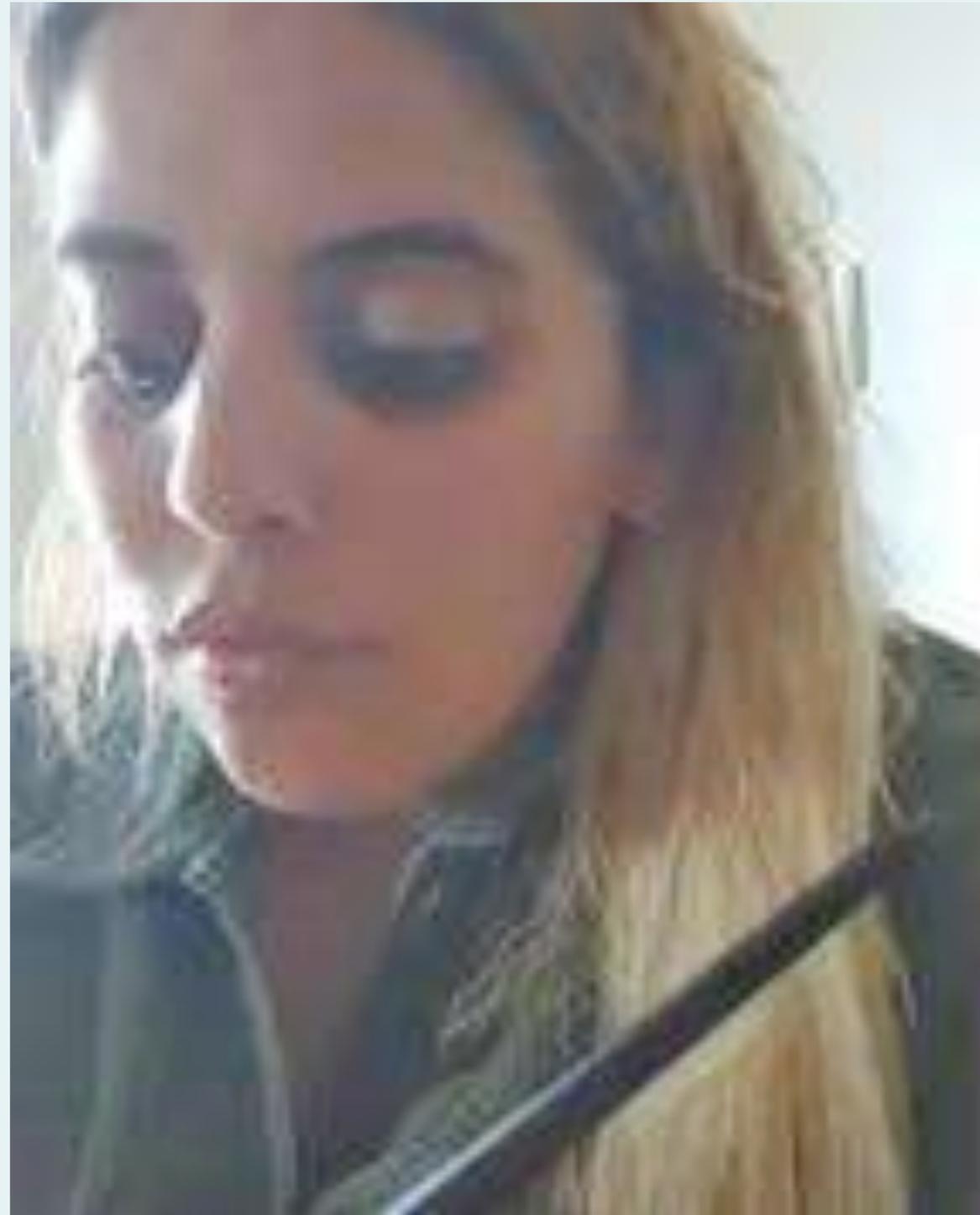
1. Meeting needs profitably
2. “Apporter de la valeur aux clients, à tout l'écosystème et à l'entreprise”
3. “Transformer la satisfaction du consommateur en profit pour l'entreprise”
4. :) => €
5. UX
6. CX
- 7.« Make what people want instead of make people want the thing you do »
- 8.« Marketing is not the thing you do, it is the story of the thing you do »
- 9.« Stop selling start helping »
- 10.« CARE »
- 11.« Le marketing est le mécanisme économique et social par lequel individus et groupes satisfont leurs besoins et désirs au moyen de la création et de l'échange avec autrui de produits et services de valeur... selon un principe de balanced centricity » Marketing Management Kotler
- 12.« Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large »2013 American Marketing Association

- « Le marketing est un processus social et managérial qui permet à des personnes ou à des organisations de créer de la valeur et de l'échanger avec d'autres, afin d'obtenir ce qu'elles recherchent et ce dont elles ont besoin. Dans l'entreprise, le marketing suppose l'établissement de relations d'échange rentables avec les clients, basées sur la notion de valeur » Principles of Marketing Philip Kotler (13)
- « Le marketing est une conception de la politique commerciale ... fonction fondamentale des entreprises consiste à créer une clientèle et à la conserver ... permet aux entreprises d'exploiter au maximum toutes les ressources dont elles disposent » Théodore Levitt (14)
- « ... effort d'adaptation des organisations à des marchés concurrentiels, pour influencer en leur faveur le comportement des publics ... par une offre dont la valeur perçue est durablement supérieure à celle des concurrents. Dans le secteur marchand, le rôle du marketing est de créer de la valeur économique pour l'entreprise en créant de la valeur perçue par les clients » Mercator Lendrevie & Lindon (15)
- « Le marketing est un état d'esprit et une attitude, un choix de gestion et un ensemble de techniques qui permettent, à travers une offre de biens et services, de satisfaire les besoins et désirs des consommateurs d'une manière rentable pour l'entreprise » C Michon, 2010 Pearson (16)
- « science qui consiste à concevoir l'offre d'un produit en fonction de l'analyse des attentes des consommateurs, en tenant compte des capacités de l'entreprise ainsi que de toutes les contraintes de l'environnement (socio-démographique, concurrentiel, légal, culturel...) dans lequel elle évolue » encyclopédie Marketing, JM Lehu. (17)
- « activité menée par les organisations et les individus... permettant de créer, communiquer, distribuer et échanger des prestations qui ont de la valeur pour les consommateurs, les clients, l'organisation, la société dans son ensemble » Marketing pour ingénieurs A Goudey et G Bonnin (18)
- « C'est le mécanisme économique et social par lequel individus et groupes satisfont leurs besoins et désirs au moyen de l'échange de produits et autres entités de valeur » Cours complet de marketing Yvan Valsecchi 2009 (19)

FKLG.

bref. j'fais des webinars.

K



“your
happiness
is my
business”



*Aphorisme de
hubertkratiroff*

Inspiré par Gérard Pélisson & Paul Dubrule

UX or CX

The image features the text "UX or CX" in a bold, sans-serif font. Each character is filled with a vertical gradient that transitions from a deep purple at the top to a bright orange at the bottom. The word "or" is positioned between "UX" and "CX" and is rendered in a smaller, lowercase font. The entire graphic is set against a plain white background.

UX

physique

web

mobile

sociale

metavers

face à face

téléphone

web1 2

web3

in APP

push

réseaux sociaux

réseau spé

metavers marque

meta gén

UX => *UE*

user engagement



*1/
marketing de
l'offre*

**Offre initiale (solution)
Problème résolu
Persona
Carte empathie
Value proposition
Offre finale
Distribution**

Persona

Carte empathie

Problèmes réels

Value proposition

Offre

(solution qui résout le problème)

Distribution

2/

*marketing de la
demande*





From

**MAKING
PEOPLE
WANT
THINGS**

To

**MAKING
THINGS
PEOPLE
WANT**

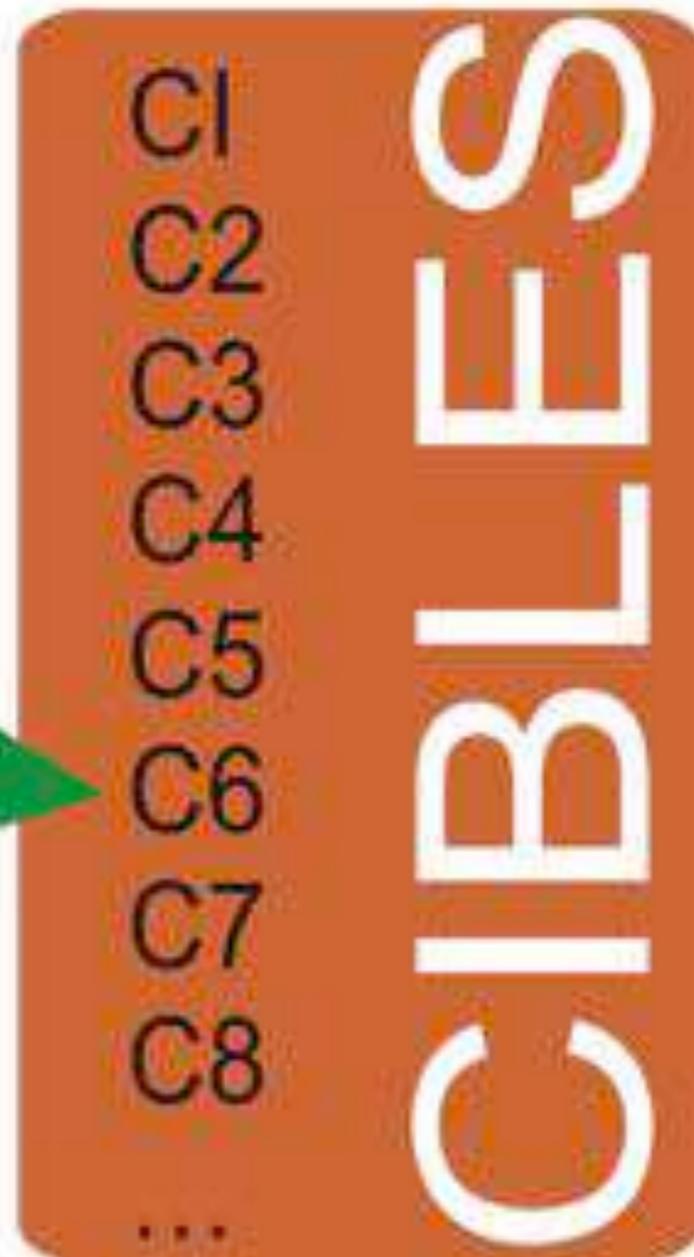
TIM BROWN

*Discipline reine du
marketing*

=

Positionnement

POSITIONNEMENT BIJECTIF



Décomposition du marketing



Philosophique, stratégique et opérationnelle

**1- Philosophique :
vision**

**2- Stratégique :
long terme / projet / PM + BP**

**3- Opérationnelle :
court terme / projet / plan d'action**

Philosophie

1. **Consommateur au centre**
2. **Démocratie marketing**

consumer focus
(customer obsession)

Marketing STRATÉGIQUE

Couple produit / marché

Fondamental du marketing

Sert de base à Ansoff

Sert de base au positionnement

Principe de la segmentation

Outil de réflexion universel

ANSOFF

Marchés

Existants

Fidélisation

Intensif

Nouveaux

Extensif

Diversification

Existants

Nouveaux

Produits

Marketing Opérationnel

=

3 x 6 moyens

Marketing Opérationnel

18

MM

6

TM

6

DM

6

Marketing Mix

- 1. Produit**
- 2. Prix**
- 3. Publi-promotion (consommateur)**
- 4. Distribution (Place)**
- +++++**
- 5. Segmentation**
- 6. Positionnement**

M3 Modern Marketing Model

1. Strategy
2. Market Orientation
3. Customer insight
4. Brand & Value
5. Segmentation Targeting
6. Positioning
7. UX / CX & content
8. Distribution
9. Promotion
10. Data and Measurement



Digital Marketing

Digital Marketing

- 1. Web Management**
- 2. Data & Research management**
- 3. Référencement (SEARCH)**
- 4. Strategie (M/s/w)**
- 5. Commerce (M/s/w)**
- 6. Publicité (M/s/w)**



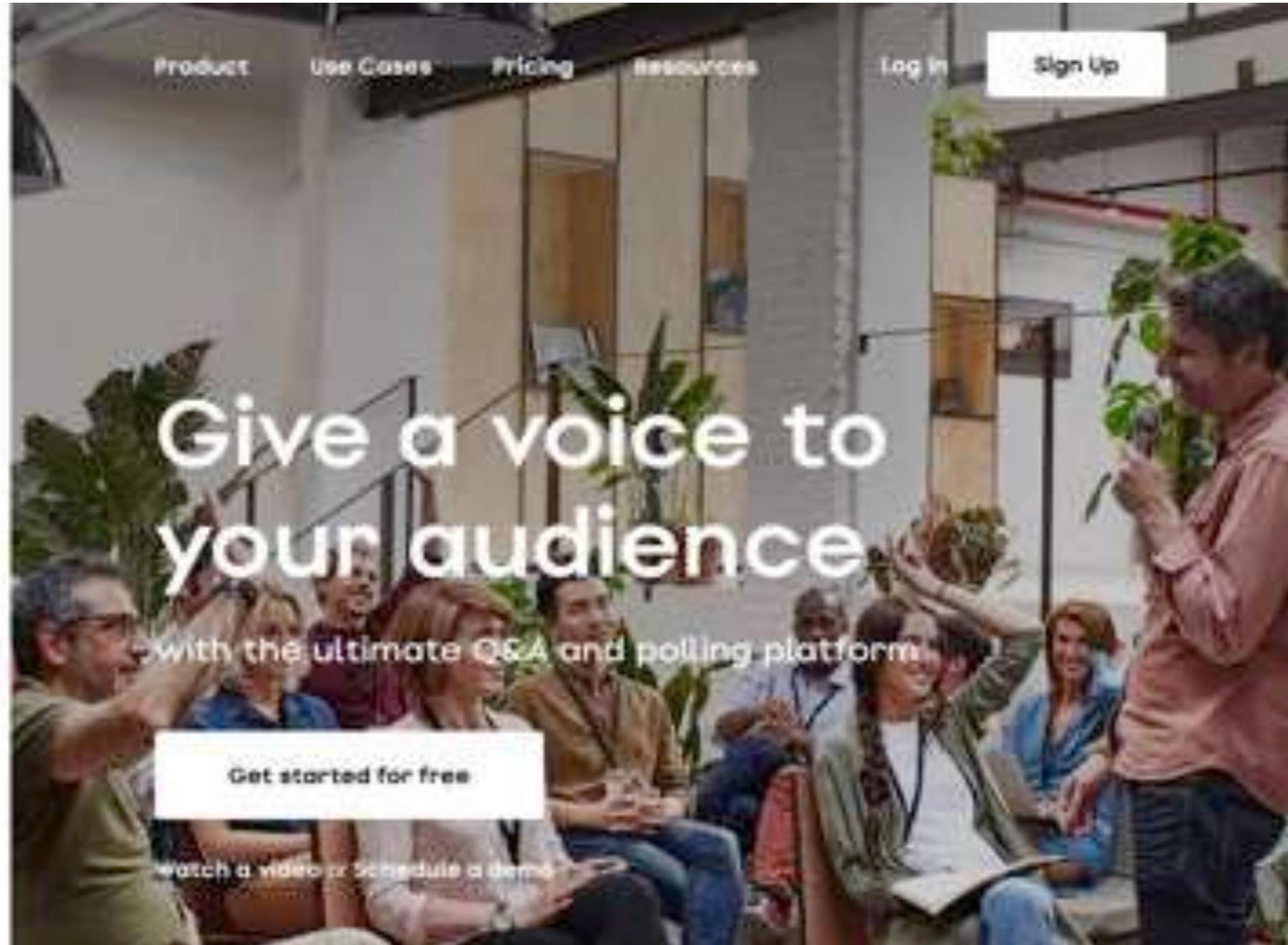


slido

Joining
a m

#mti

Join



Product

Use Cases

Pricing

Resources

Log In

Sign Up

Give a voice to
your audience

with the ultimate Q&A and polling platform

Get started for free

watch a video or schedule a demo

sli.do

ou

slido.com

#gem



- 1/ Qui est SBF ? Quelle est son histoire de la semaine ?
- 2/ Quelle entreprise a changé de nom pour s'appeler Block ? Que fait-elle ?
- 3/ Qui a lancé le "single day" ou le "double 11" ou le "Global Shopping festival" ? Quand ? Pourquoi ? Pourquoi les résultats 2022 restent secrets ?
- 4/ Qu'est ce que la DeFi (diii-faille) ?
- 5/ Quel est mon 'role model' favori ?

Les Nouvelles économies

~~SWOOT~~

WUJCA

+

complexity

Characteristics: The situation has many interconnected parts and variables. Some information is available or can be predicted, but the volume or nature of it can be overwhelming to process.

Example: You are doing business in many countries, all with unique regulatory environments, tariffs, and cultural values.

Approach: Restructure, bring on or develop specialists, and build up resources adequate to address the complexity.

volatility

Characteristics: The challenge is unexpected or unstable and may be of unknown duration, but it's not necessarily hard to understand; knowledge about it is often available.

Example: Prices fluctuate after a natural disaster takes a supplier off-line.

Approach: Build in slack and devote resources to preparedness—for instance, stockpile inventory or overbuy talent. These steps are typically expensive; your investment should match the risk.

HOW WELL CAN YOU PREDICT THE RESULTS OF YOUR ACTIONS?

ambiguity

Characteristics: Causal relationships are completely unclear. No precedents exist; you face "unknown unknowns."

Example: You decide to move into immature or emerging markets or to launch products outside your core competencies.

Approach: Experiment. Understanding cause and effect requires generating hypotheses and testing them. Design your experiments so that lessons learned can be broadly applied.

uncertainty

Characteristics: Despite a lack of other information, the event's basic cause and effect are known. Change is possible but not a given.

Example: A competitor's pending product launch muddles the future of the business and the market.

Approach: Invest in information—collect, interpret, and share it. This works best in conjunction with structural changes, such as adding information analysis networks, that can reduce ongoing uncertainty.

-

HOW MUCH DO YOU KNOW ABOUT THE SITUATION?

+

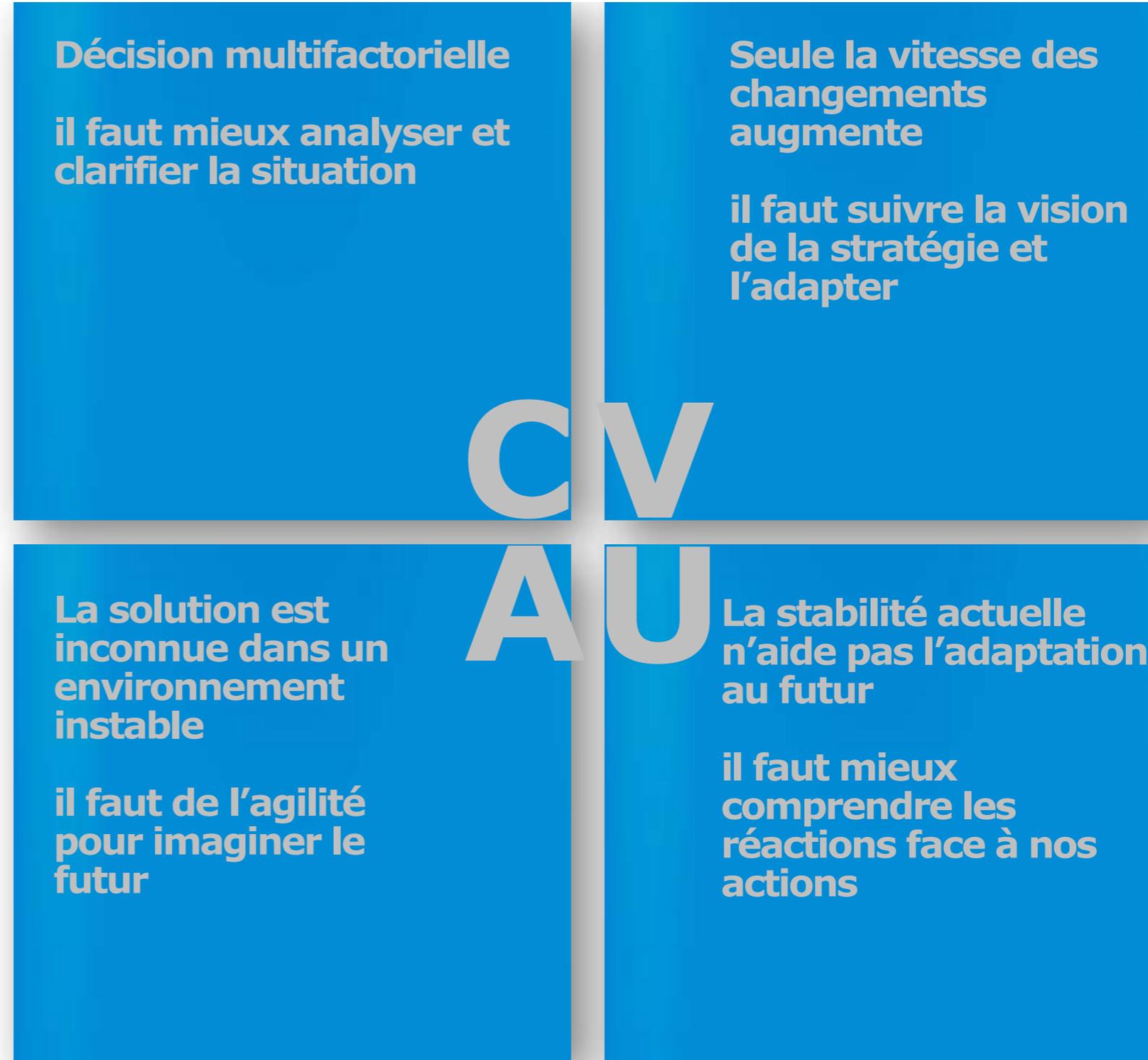
VUCA Simplifié

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



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

VUCA : NIKE with colin Kaepernick



Believe in something.
Even if it means sacrificing everything.

 Just do it.



VUCA

VOLATILITY

Clunky, hood and currency markets volatility; the lack of clarity and predictability.

UNCERTAINTY

The potential change in the inflation index calculation, the potential switch to "watching" for pension funds calculating their recovery plan; the lack of ability to forecast what new changes might come.

COMPLEXITY

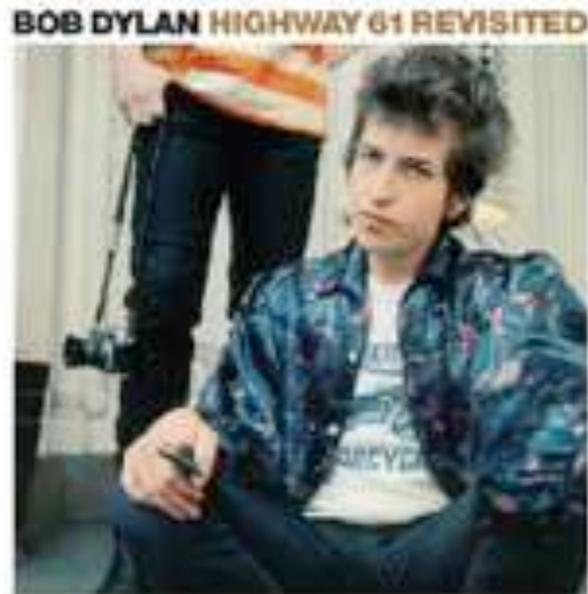
In understanding these financial markets in the era of the "new normal". The proliferation and increasing complexity of new financial instruments and regulatory to deal with increasingly complex markets, making it ways experts have never seen before.

AMBIGUITY

The resulting feeling: is this the great rotation from bonds to equities? Or will bond yields stay low for longer? What is the best course of action?



Bob Dylan



Kendrick Lamar



PSY 4 milliards de vues
YouTube : 6M€ de droit +



#PSY #PSY #GANGNAMSTYLE
PSY - GANGNAM STYLE(강남스타일) M/V

3 508 681 756 vues • 15 Jul. 2012

👍 17 M 🗣️ 2,3 M ➦ PARTAGER 📄 ENREGISTRER ...



PINKFONG

Baby Shark



0:00 / 2:16



Pinkfong Kids

Bébé Requin Danse | Chante et danse | Animal Songs | PINKFONG Chansons pour les enfants

3 256 176 834 vues · 18 juin 2016

22 M 10 M PARTAGER CHÉRISSEUR

Economics Collapsologie Pas d'oracle



COMMENT TOUT
PEUT S'EFFONDRE

Pablo Servigne
Raphaël Stevens

petit manuel de collapsologie à l'usage des générations présentes



The Real Reason Stock Buybacks Are a Problem

Buybacks are a massive tax dodge for shareholders

[View Article](#)

CHANGE ECONOMICS, AND CHANGE THE WORLD.

It doesn't matter how much it's free, and it's not free. We spend hundreds of billions and thousands of dollars spending the world about The New Evolution of Economics. If you think that's a worthy mission, as we do—100% with powerful leverage to make the world a better place—please consider offering your support.



Girls Rock Camp for Economists





PERVASION

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

William Gibson

“THE FUTURE IS ALREADY
HERE — IT'S JUST NOT
VERY EVENLY DISTRIBUTED”



*William Ford Gibson (1948-)
cyberspace noir prophet*

“
J'aime dire que la
transformation
digitale est finie.
”

Aurélie Jean

LP CEO et Fondatrice
in Silico Veritas, LLC



CERN DD/OC

Information Management: A Proposal

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

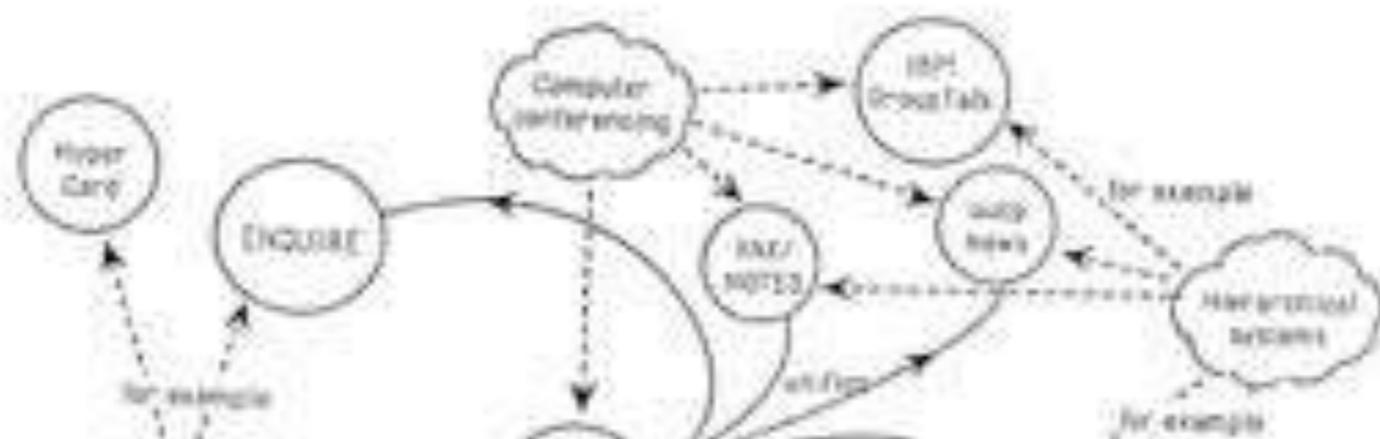
March 1989

Information Management: A Proposal

Abstract

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

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





Next Big Things In Tech

NIBIC

NBIC

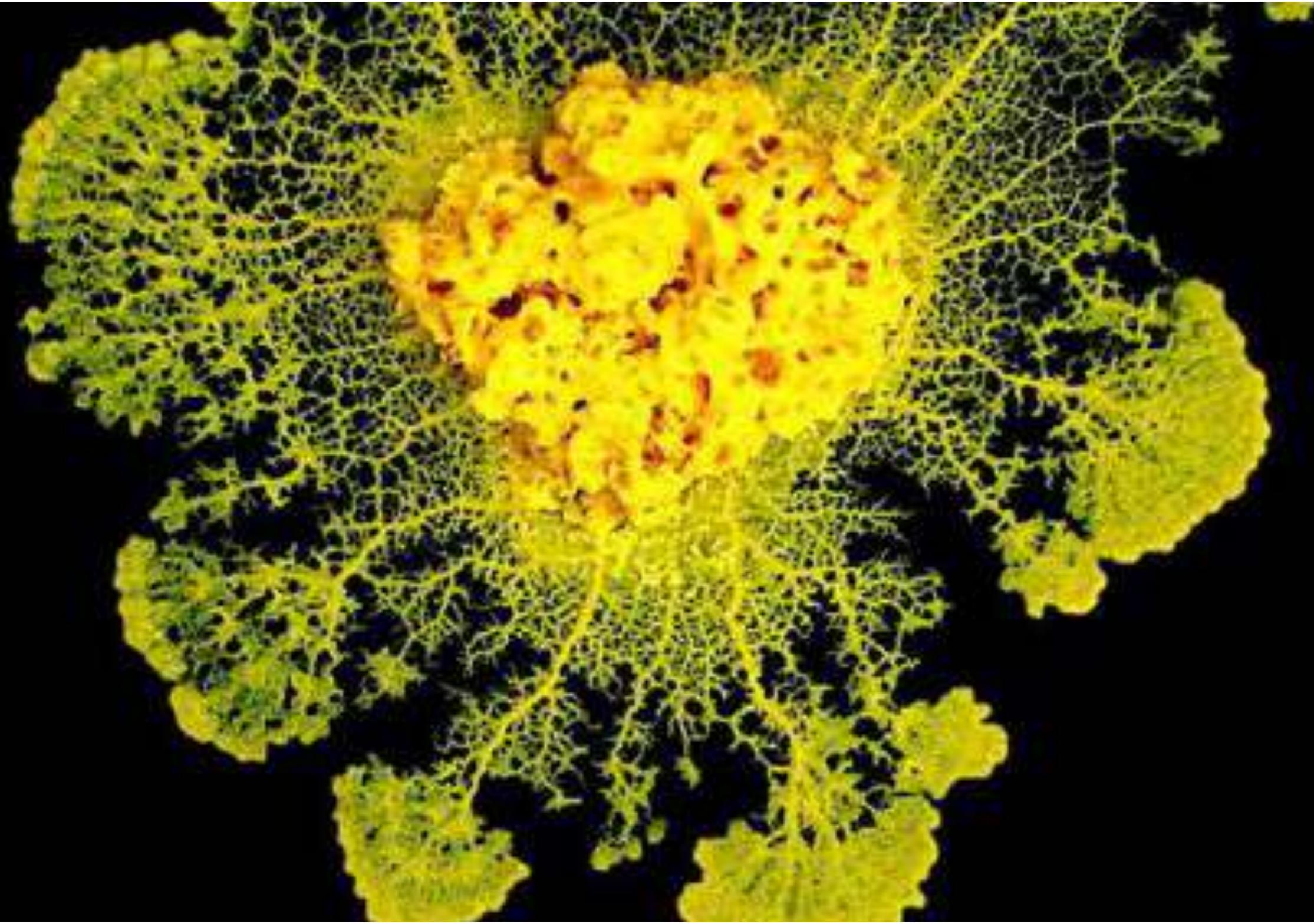
Nano (techno, matériaux, graphène, H)

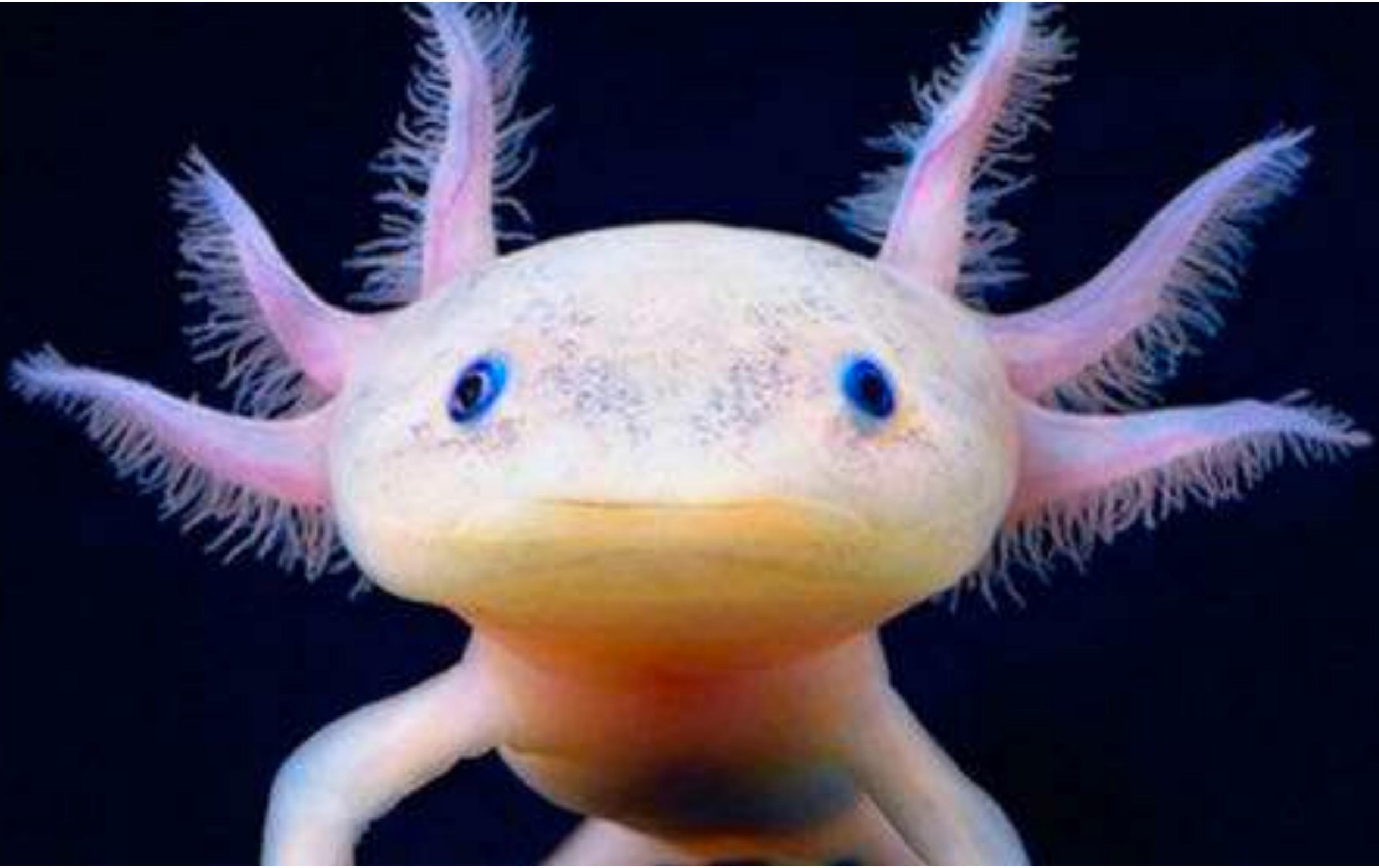
Bio (techno, mimétisme, blob, axolotl)

Informatique (IOT, 3Dprint, Additiv, Blockchain, Quantique, Algorithmes)

Cognitif (IOB, IA, ML, MOOC, edTech, apprentissage adaptif)









Le graphène, un matériau miracle

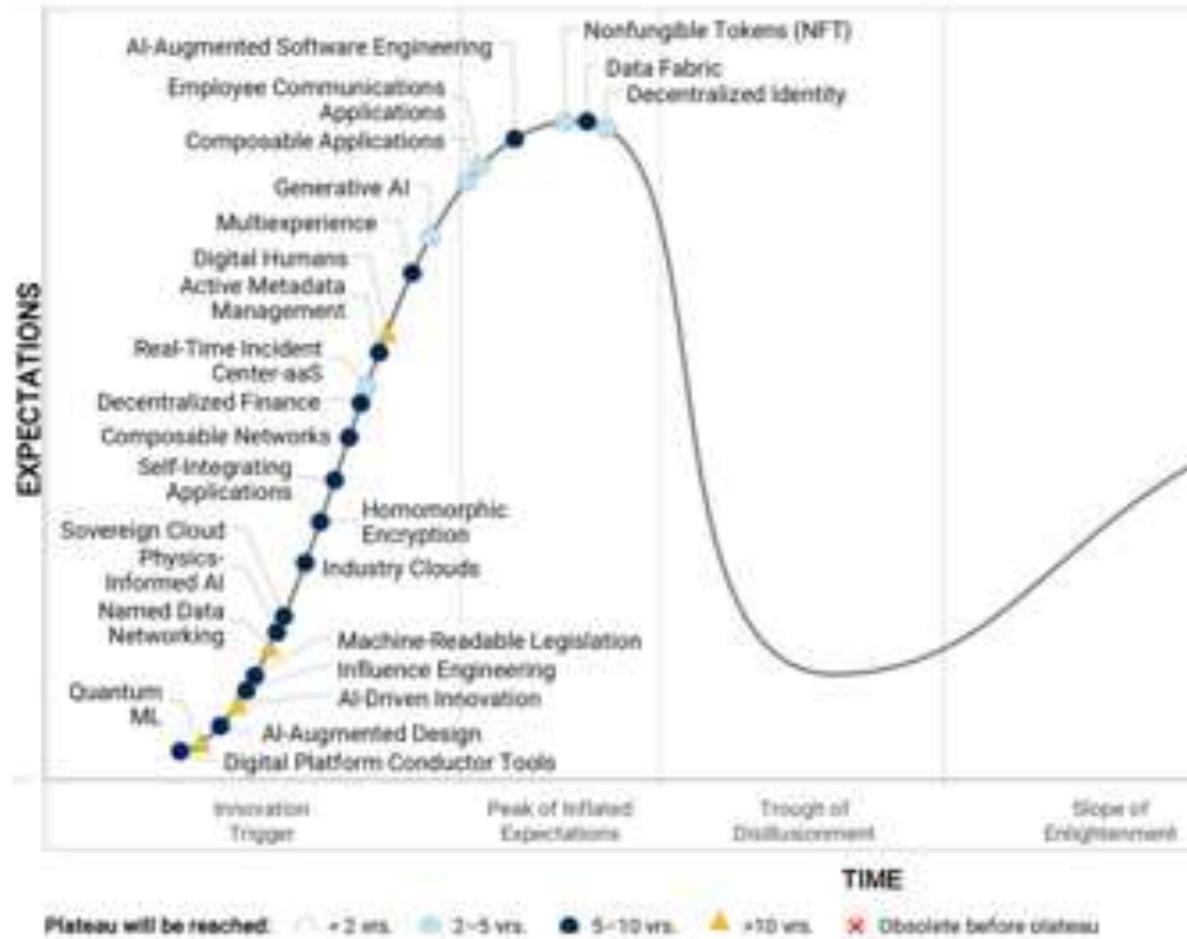
Des travaux en laboratoire montrent que des transistors en graphène sont potentiellement capables de détrôner les transistors en silicium, ouvrant la voie à des ordinateurs plus performants car plus rapides et plus petits. Étant pratiquement transparent et aussi bon conducteur que le cuivre, le graphène peut servir à réaliser des écrans tactiles, des panneaux lumineux et probablement des cellules solaires.

On s'attend aussi, lorsque seulement 1 % de graphène est mélangé à de la matière plastique, à ce qu'il la rende électriquement conductrice. Sa résistance thermique devrait augmenter de 30 °C, ainsi que sa résistance mécanique (on sait que le graphène lui-même est 200 fois plus résistant que l'acier à la traction). D'intéressants matériaux composites au graphène devraient apparaître dans un avenir proche, avec des applications dans les satellites, les avions et les voitures.

D'un point de vue plus théorique, la mécanique quantique a son mot à dire. En effet, bien que les électrons se déplacent dans le graphène 300 fois plus lentement que la lumière, les conditions auxquelles ils sont soumis imposent de les décrire mathématiquement par l'équation de Dirac, comme pour une particule relativiste presque sans masse ! Il en résulte que l'analogie de certains phénomènes ordinairement rencontrés en théorie quantique des champs relativistes peut s'y manifester. On peut donc simuler de la physique des particules avec le graphène. Mieux, des connexions, là aussi de nature analogique et mathématique, avec des calculs en théorie des cordes, sont étudiées.

Gartner Hype Cycle

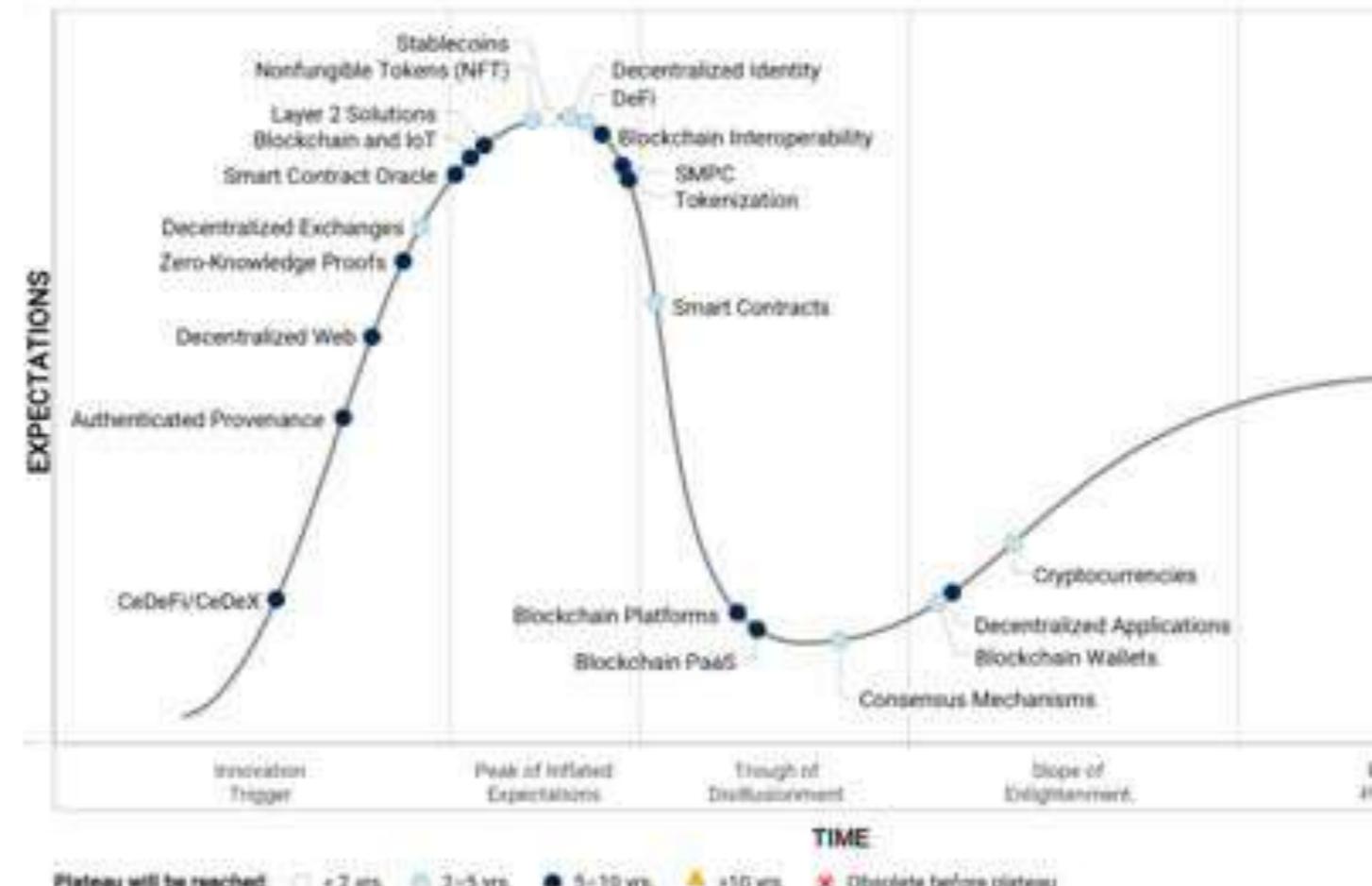
Hype Cycle for Emerging Technologies, 2021



Source: Gartner (August 2021)

747576

Hype Cycle for Blockchain, 2021



Source: Gartner (July 2021)

747513

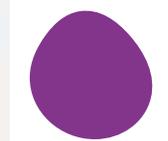
Les 9 tendances technologiques Gartner®

- 1/ L'internet des comportements «Internet of Behaviors » qui découle de l' « Internet of Things »
- 2/ L'expérience totale : multiexperience (MX), l'expérience client (CX), l'expérience employé (EX)
- 3/ L'agilité des entreprises
- 4/ L'ingénierie de l'intelligence artificielle
- 5/ L'hyper-automatisation est l'idée que tout ce qui peut être automatisé dans une organisation
- 6/ Le cloud distribué
- 7/ Les opérations en tout lieu
- 8/ Cybersécurité
- 9/ Vie privée informatique



WorkShop

Les 9 tendances technologiques



Top Strategic Technology Trends for 2021

 People Centricity	 Location Independence	 Resilient Delivery
<ul style="list-style-type: none">• Internet of Behaviors• Total Experience• Privacy-Enhancing Computation	<ul style="list-style-type: none">• Distributed Cloud• Anywhere Operations• Cybersecurity Mesh	<ul style="list-style-type: none">• Intelligent Composable Business• AI Engineering• Hyperautomation

Combinatorial Innovation

Source: Gartner
735310_C



Les 9 tendances technologiques

Gartner a dévoilé les 9 tendances technologiques qui mettent en évidence les opportunités et les moyens pour les entreprises de se différencier de leurs concurrents dans un contexte inédit.

« 2020 a été marquée par la disruption ». Une année qui a forcé les entreprises à se réinventer, à pivoter et à explorer de nouvelles pistes.

L'internet des comportements

La première tendance dévoilée par Gartner est l' « Internet of Behaviors » qui découle de l' « Internet of Things »

L'expérience totale combine des disciplines traditionnellement cloisonnées telles que la multiexpérience (MX), l'expérience client (CX), l'expérience employé (EX) et l'expérience utilisateur (UX).

L'agilité des entreprises : une entreprise qui peut s'adapter et se réorganiser fondamentalement en fonction de la situation actuelle. Selon Gartner, les entreprises devront en 2021 donner un meilleur accès à l'information, compléter cette information par une meilleure connaissance et avoir la capacité de répondre rapidement aux implications de cette connaissance.

L'ingénierie de l'intelligence artificielle

sans l'ingénierie de l'IA, la plupart des sociétés ne parviendront pas à faire passer les projets d'IA du stade de la preuve de concept et des prototypes à celui de la production à grande échelle.,



WorkShop

L'hyper-automatisation est l'idée que tout ce qui peut être automatisé dans une organisation doit l'être. Selon Gartner, de nombreuses entreprises sont soutenues par un « patchwork » de technologies qui ne sont ni légères, ni optimisées, ni connectées, ni propres, ni explicites. Ce qui n'est pas étonnant puisque l'accélération du e-commerce exige efficacité, rapidité et démocratisation. Les marques qui ne se concentrent pas sur l'efficacité, l'efficience et l'agilité commerciale seront laissées pour compte en 2021

Le cloud distribué

Le cloud distribué est le lieu où les services de cloud sont distribués à différents endroits physiques, mais le fonctionnement, la gouvernance et l'évolution restent la responsabilité du fournisseur de cloud public.

Les opérations en tout lieu

Les opérations en tout lieu font référence à un modèle d'exploitation informatique conçu pour soutenir les clients partout, permettre aux employés d'y accéder n'importe où et gérer le déploiement des services commerciaux dans une infrastructure distribuée. Cette tendance a été omniprésente à l'arrivée de la crise sanitaire alors que le télétravail est devenu la norme.

Le maillage de la cybersécurité est une approche architecturale distribuée pour un contrôle de la cybersécurité évolutif, flexible et fiable. La crise sanitaire a fait que la plupart des biens et des dispositifs sont désormais connectés en dehors des paramètres de sécurité physiques et logiques traditionnels.



facebook horizon metaverse

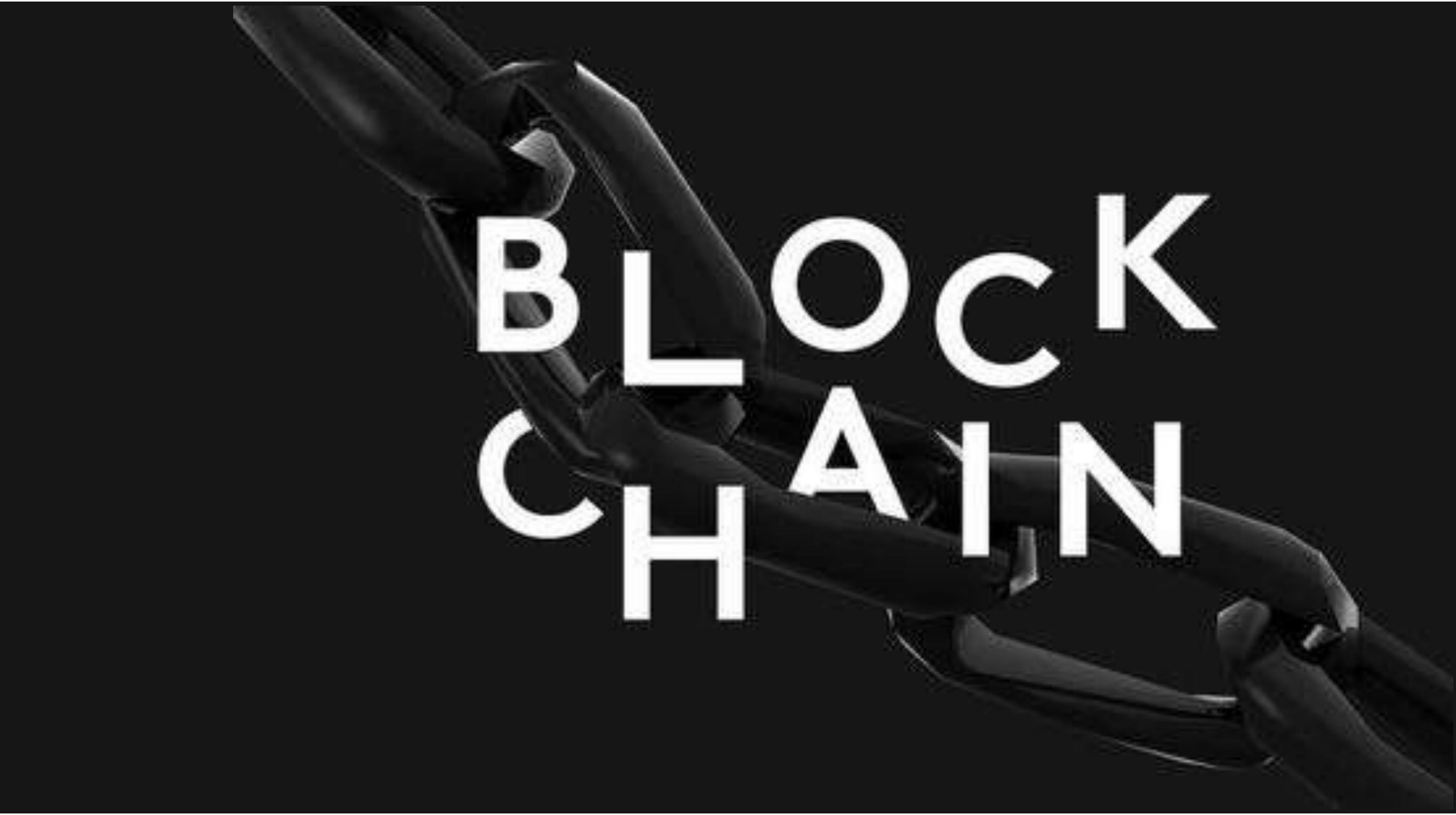




diem



TikTok
@deoploocruise

A black and white image featuring a heavy metal chain. The chain is composed of several large, dark links, with some showing the intricate details of the pin and bushings. The chain is draped across the frame, creating a sense of depth and texture. Overlaid on the chain is the text "BLOCK CHAIN" in a clean, white, bold, sans-serif font. The word "BLOCK" is on the top line, and "CHAIN" is on the bottom line, with the letters of "CHAIN" partially overlapping the links of the chain. The background is a solid, dark color, making the white text and the metallic chain stand out prominently.

**BLOCK
CHAIN**

Understand the Future, Now

Software is eating the world. Future is your guide from AI&R to technology, innovation, and where it's all going.

[Go to Future »](#)

 **Future**

Software is eating the world
WEB 1.0 —> 3.0

Web1 (roughly 1990-2005) was about open protocols that were decentralized and community-governed. Most of the value accrued to the edges of the network — users and builders.

Web2 (roughly 2005-2020) was about siloed, centralized services run by corporations. Most of the value accrued to a handful of companies like Google, Apple, Amazon, and Facebook.

We are now at the beginning of the web3 era, which combines the decentralized, community-governed ethos of web1 with the advanced, modern functionality of web2. Web3 is the internet owned by the builders and users, orchestrated with tokens.

4^{ème} révolution industrielle

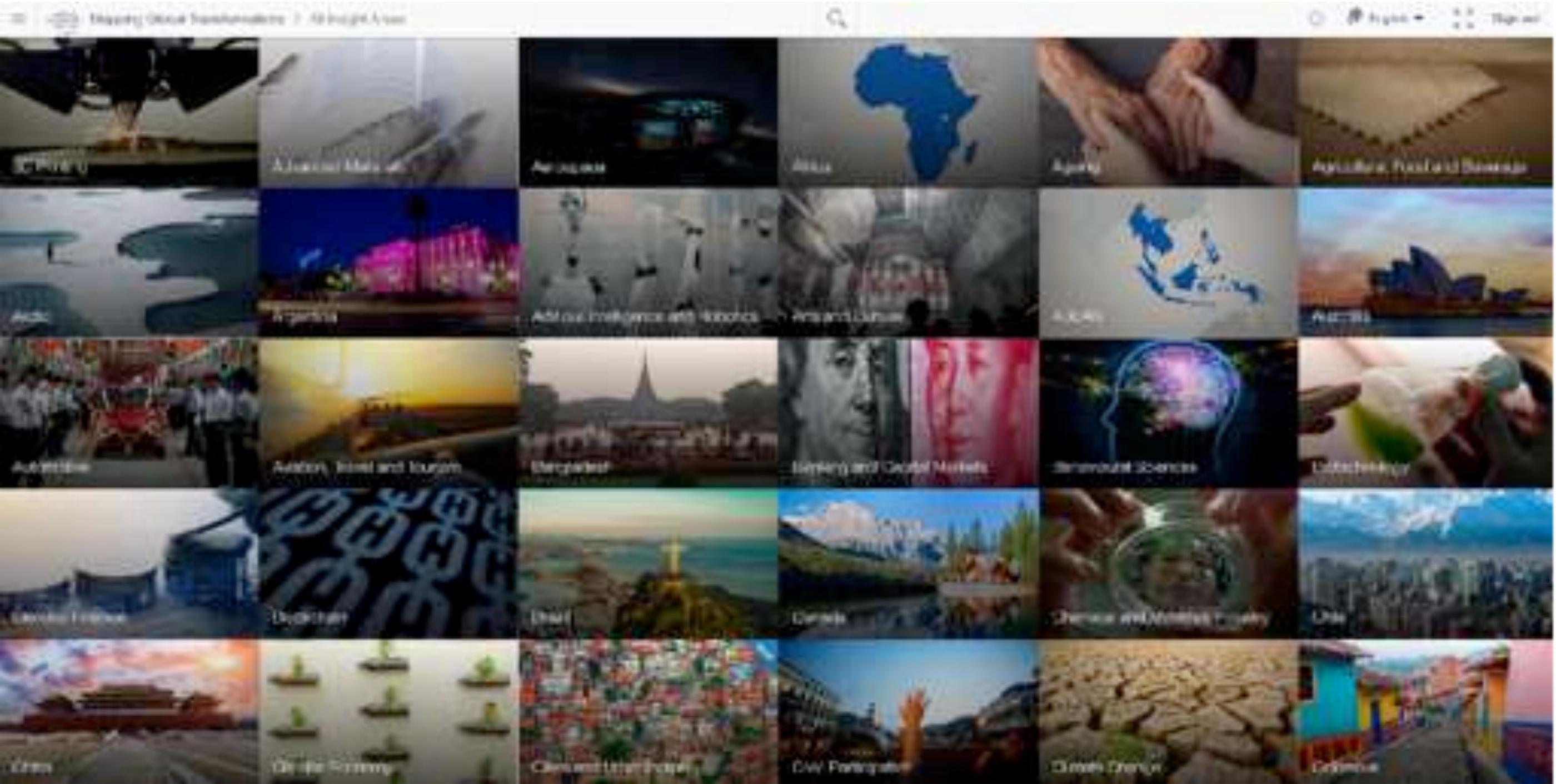
Vapeur + moteur

Électricité

NTIC

NBIC





SCIENCE

Climate Change

Custom: Yale University

[Link to an investor](#)

The Paris Agreement

The climate change described in 2015 provides a global framework for action.

The Paris Agreement was negotiated at the annual United Nations climate summit in 2015, and provides a means for participating countries to respond to the environmental, social, and economic effects of climate change. The agreement was a significant milestone because it achieved consensus on the need to limit the rise in global average temperature to well below 2°C above pre-industrial levels, 1.5°C preferably, for short and sustained periods.

[Read more](#)

Publications

Showing 'All Articles'

Videos

Data

Climate Change and its Impact on Security Provision – The Role of Good Security Sector Governance and Reform

Thu, September 24, 2020, 4:00 PM
 Geneva Centre for Security Sector Governance (GCSS)

With extreme weather events and other disasters on the rise, how well are Americans prepared?

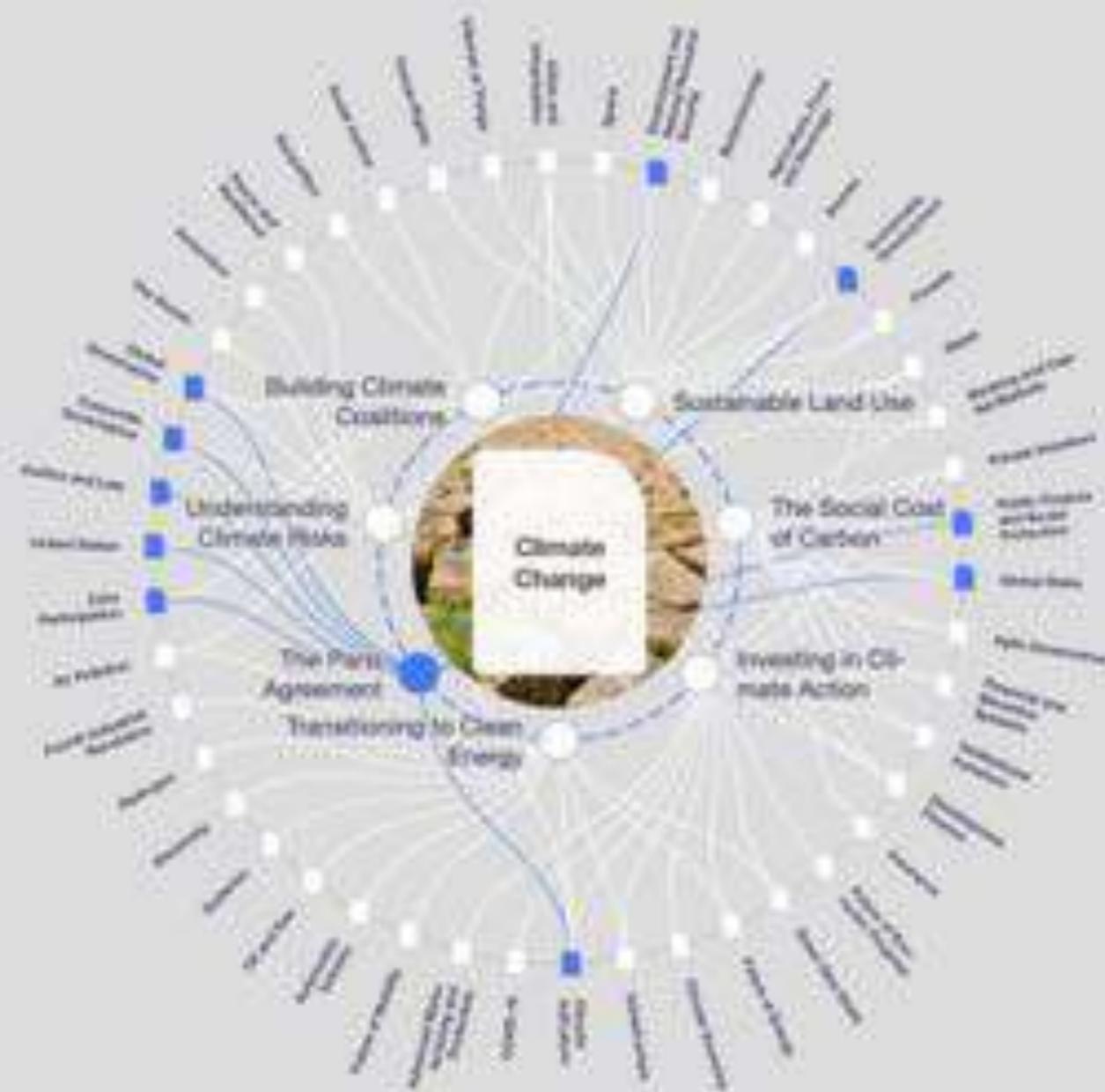
Wed, September 23, 2020, 4:00 PM
 Pew Research Center

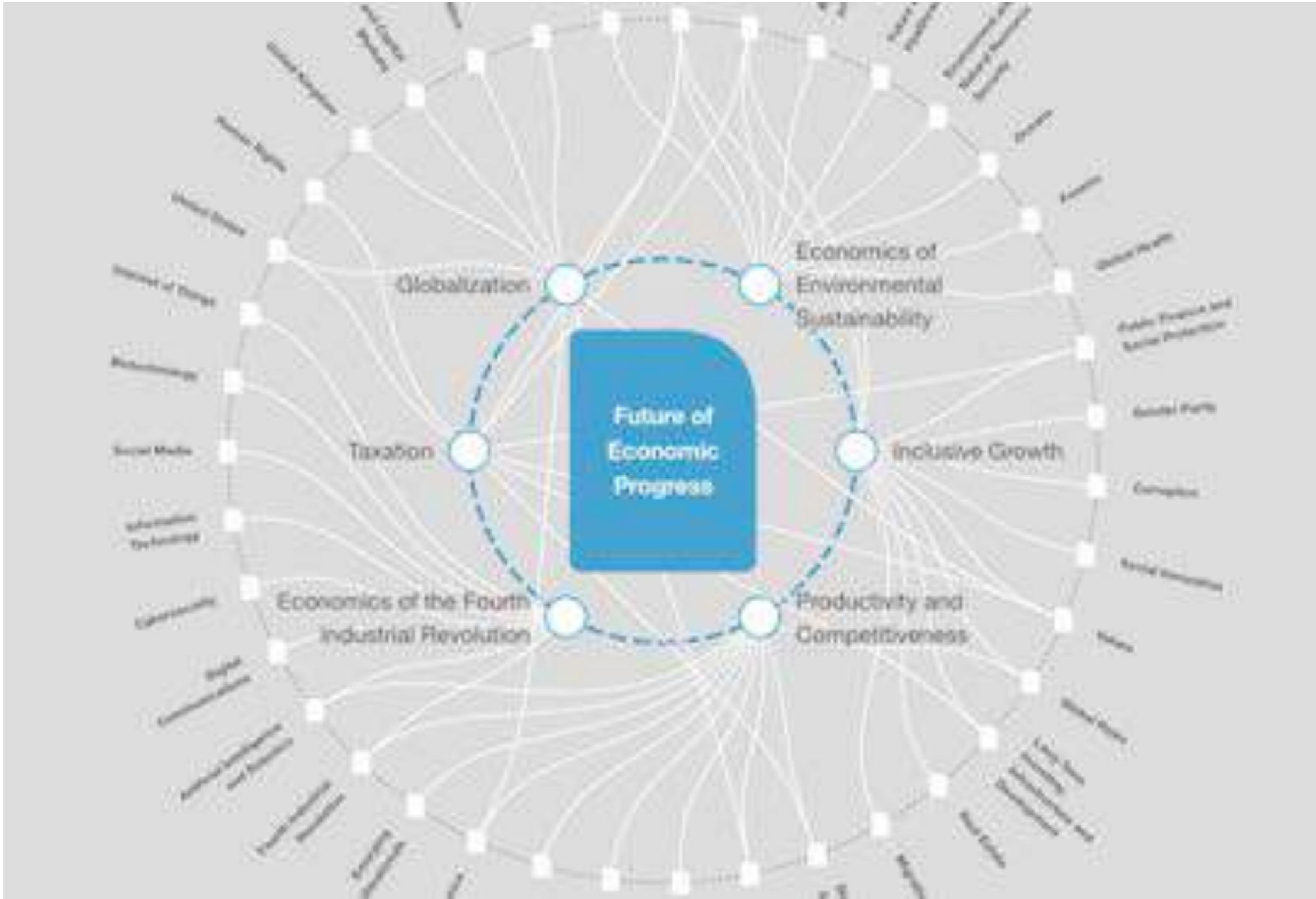
What are the carbon credits and how to maximize their impact

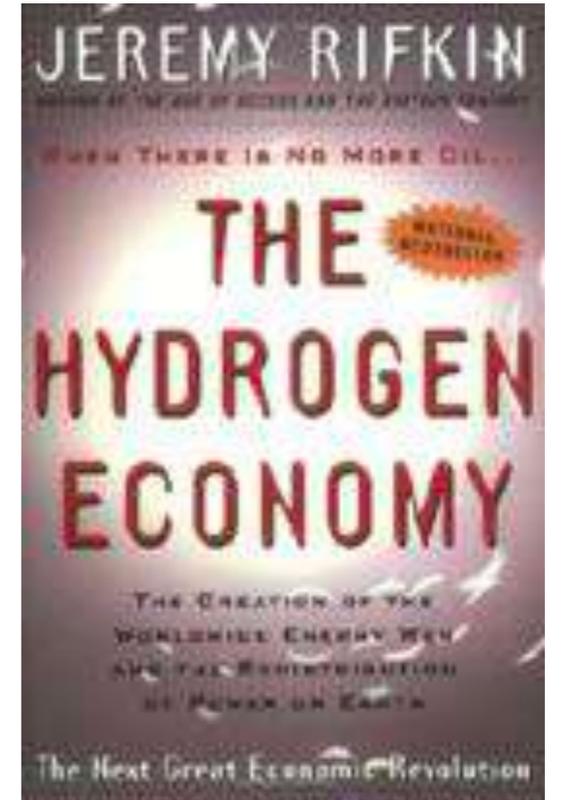
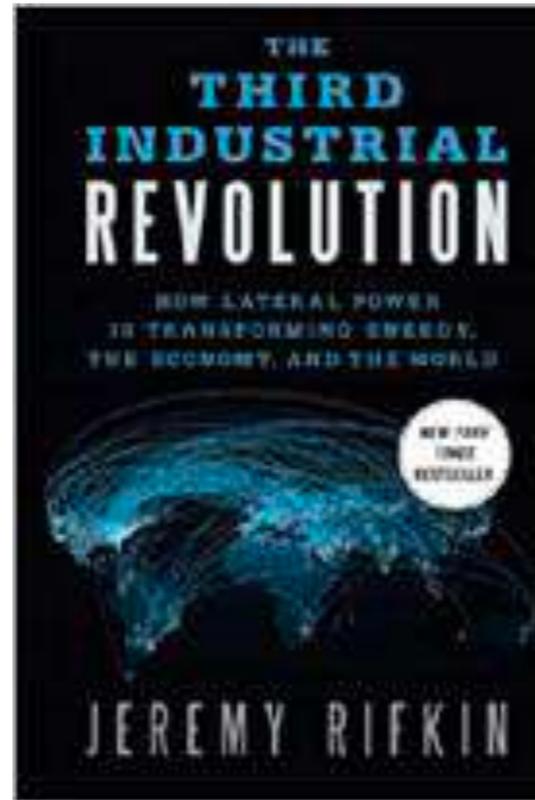
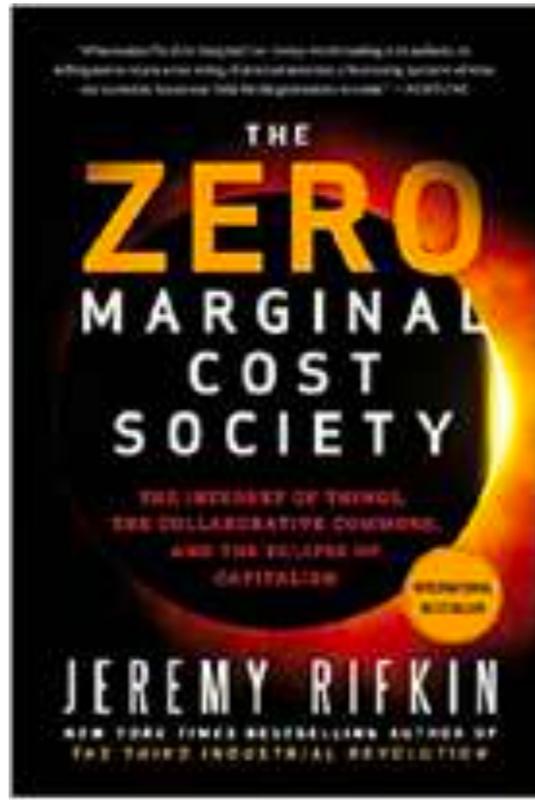
Tue, September 22, 2020, 4:00 PM
 World Economic Forum

Germany: Five Areas for COP and G7 Climate and Development Leadership

Fri, September 21, 2020, 4:00 PM
 Center for Global Development











3^{ème} révolution industrielle

Vapeur + moteur

Électricité

NBIC (inclus NTIC)

Michel SERRES

-3000 écriture
1450 imprimerie/chiffre
2000 NBIC

Luc FERRY

1800 Vapeur
1900 Électricité
2000 NBIC



GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT
TECHNOLOGY & INNOVATION

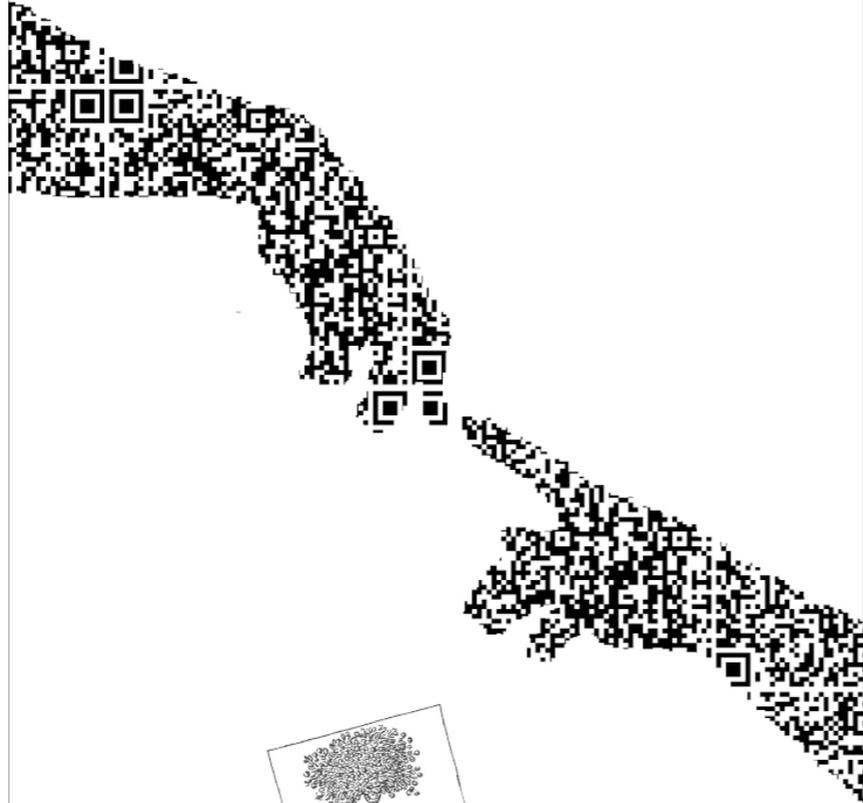
CCI GRENOBLE

petite poucette

LE MONDE A TELLEMENT CHANGÉ QUE LES JEUNES DOIVENT TOUT RÉINVENTER : UNE MANIÈRE

micHEL serres

DE VIVRE ENSEMBLE, DES INSTITUTIONS, UNE MANIÈRE D'ÊTRE ET DE CONNAÎTRE...



[MANIFESTES LE POMMIER !]

Luc
Ferry

LA
RÉVOLUTION
TRANSHUMANISTE

Comment la technomédecine et l'uberisation
du monde vont bouleverser nos vies



PLON



Révolutions :

- social
- économique
- technologique



**GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT**
TECHNOLOGY & INNOVATION

un partenariat

 CCI GRENOBLE

AGRI...

INDUSTRIALISATION

TERTIARISATION

DIGITALISATION

THE NEXT BIG THING



**GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT**
TECHNOLOGY & INNOVATION

our partner

 CCI GRENOBLE



1/ NBIC appliqué à votre entreprise

2/ VUCA appliqué à votre entreprise