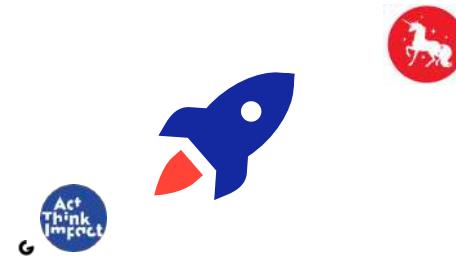
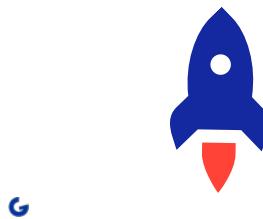
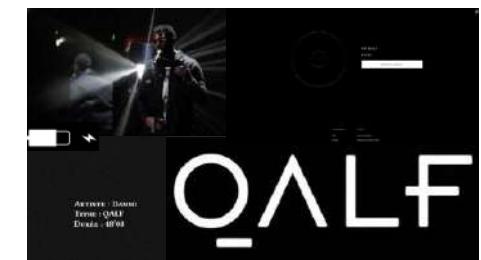


#HelloMSI
13 décembre 2021



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



UX > CX
*En nombre :
plus de user que de client*

CX > UX
*En qualité : plus de
contact avec les client*

UX => UE
user engagement





TUNNEL FUNNEL ENTONNOIR PIPELINE

experience phygitaire N°1

OMNICANAL

[toutsurmarketing.com/
MSI](http://toutsurmarketing.com/MSI)

ou Google :

1er sur : gem msi

1er sur : gem-msi digital

MSIN GEM



G ACTTHINKIMPACT



TenCent WeChat MiniProgram SDK opensource



Black Mirror
NOSEDIVE (S01E01)
Entire History of you (S01E03)
Passport Social : note de confiance
4 millions pax CN



1

NOUVELLE
ÉCONOMIE

2

TRANSFORMATION
DIGITALE

3

INNOVATIONS
A INTÉGRER

MARKETING
GAFA
RÉVOLUTION
ATTENTES

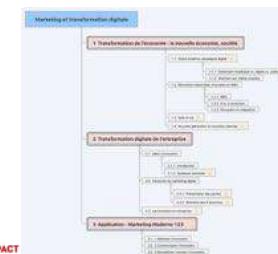
INNOVATION
MÉTHODE
CULTURE

IA BLOCKCHAIN SaaS
API BLUE EXPECTATION
EXPERIENTIAL
CONNAISSANCE

G ACTTHINKIMPACT

toutsurmarketing.com/MTI

G ACTTHINKIMPACT



X

sli.do

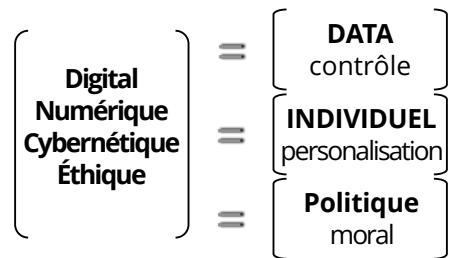
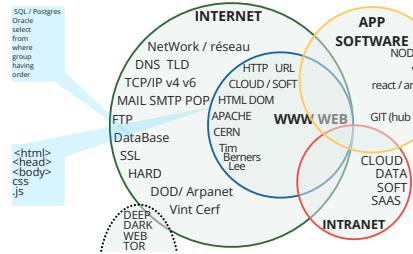
ou

slido.com #gem

EP01

Les Nouvelles économies

G ACTTHINK IMPACT



Numérique

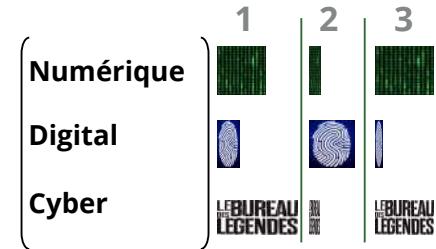
invention, technologie, recherche, technique, scientifique, code, brevet...

Digital

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

Cyber

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



LEÇON INAUGURALE D'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE & MARKETING MODERNE



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

VUCA COURS.com



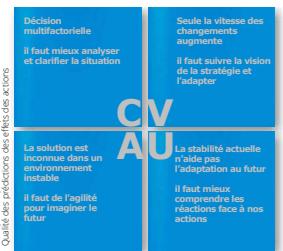
G ACTTHINK IMPACT

~~SWOT~~

VUCA

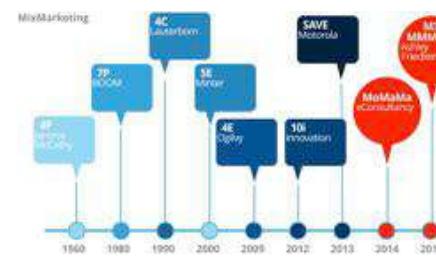
VUCA Simplifié

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 situation qui nécessite une certaine attitude Outil militaire post guerre froide



M3 Modern Marketing Model

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

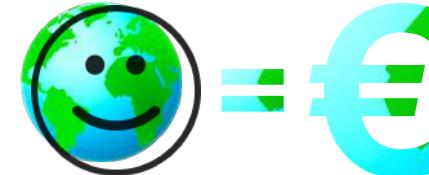


MIX mmm



marketing

créer de la valeur
pour l'entreprise,
le client,
et l'écosystème



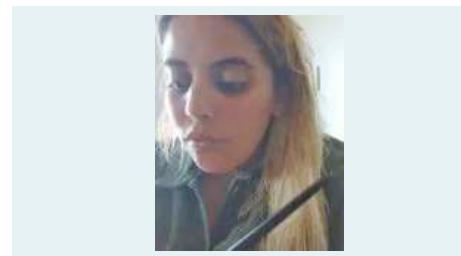
meeting
needs
profitably

Philip Kotler
(2006 12^e 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

ACTTHINKIMPACT

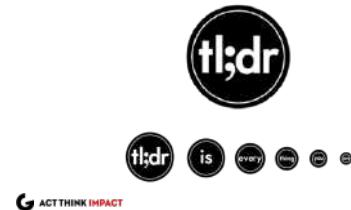
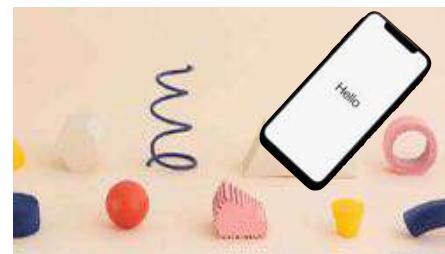
“Créer de la
valeur pour le
client, l'écosystème
et l'entreprise”

ACTTHINKIMPACT

hk 2014

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

Hubert Kratiroff
(2004 Chef de Produit)



*[1/
marketing de
l'offre]*

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

*[2/
marketing de la
demande]*

Persona
Carte empathie
Problèmes réels
Value proposition
Offre
(solution qui résout le problème)
Distribution



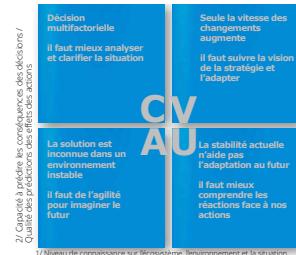


VUCA

G ACTTHINK IMPACT

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



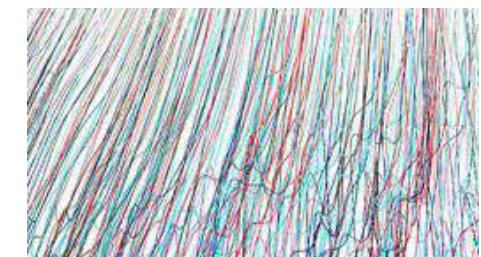
VUCA : NIKE with colin kaepernick



complexity	volatility
Characteristics: The situation has many variables and factors that have some degree of interrelation or causality or can be influenced by each other. It's not always clear what will happen.	Characteristics: The challenge is to manage the situation in a timely manner. There is a lack of predictability and the future is often unclear.
Appropriate: A strategy that is based on a long-term perspective and a broad analysis of all relevant factors.	Appropriate: A strategy after a major crisis, when the environment has changed.
Approaches: Broad & direct and robust.	Approaches: Broad & flexible, with a focus on learning and adaptation. These steps are by nature expensive, yet innovative ideas must reach the core.



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



"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





NBIC

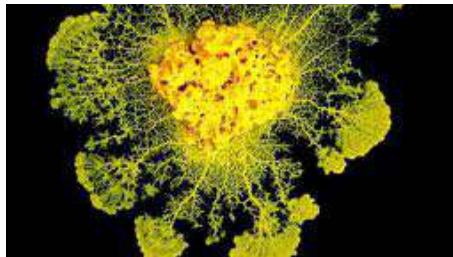
Nano (techno, matériaux, graphène, H)

Bio (techno, mimétisme, blob, axolotl)

Informatique (IoT, 3DPrint, Additif, Blockchain, Quantique, Algorithme)

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

IKB79



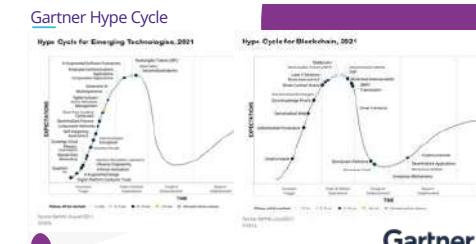
FUTURA SCIENCES

Le graphène, un matériau miracle

Dès l'âge de 10 mois, il est démontré que des transmission en graphène sont parfaitement capables de faire passer les informations en électricité, mais que le virus à des performances plus performantes. C'est une révolution en soi. Étant pratiquement transparent et aussi bon conducteur que l'or, le graphène peut servir à réaliser des écrans tactiles, des panneaux solaires et probablement des batteries solaires.

On attend avec impatience comment ce matériau va évoluer. Sa résistance thermique devrait augmenter de 30 °C, alors que sa résistance mécanique (c'est-à-dire que le graphène lui-même est 200 fois plus résistant que l'acier) n'a pas atteint son maximum. Il existe également la possibilité d'utiliser le graphène pour créer des matériaux qui peuvent apparaître dans un avenir proche, dans les applications dans les véhicules, les vêtements et les voitures.

Sur un point de vue plus théorique, la métaphysique quantique a tout à dire. En effet, bien que les discussions se déroulent dans le graphène, 30% plus lentement que la lumière, les conditions nécessaires au soutien imposées par les théories mathématiques par l'équation de Dirac, comme pour une particule relativiste précise, sont trouvées 10 ans environ que l'hypothèse du certains phénomènes astrophysiques, tels que les trous noirs et les étoiles à neutrons, sont possibles. On peut donc penser que la physique des particules avec le graphène. Mais, dans les connexions, la beauté de nature anthropique et mathématique, avec des calculs en théorie des cordes, sont évidentes.



WorkShop

Les 9 tendances technologiques Gartner

- 1/ L'internet des comportements «Internet of Behaviors» qui découle de l'«Internet of Things»
- 2/ L'expérience totale : multixpérience (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



Les 9 tendances technologiques

Gartner

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 computing 	<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

WorkShop

Les 9 tendances technologiques

L'internet des comportements
La tendance principale pour Gartner est l'«Internet of Behaviors» qui découle de l'«Internet of Things»

L'expérience totale combine des disciplines traditionnellement classées telles que la multixpérience (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 redévelopper rapidement face aux changements dans l'environnement actuel. Selon Gartner, les entreprises devront en 2021 donner un meilleur accès à l'information, compléter cette information par une meilleure compréhension de l'information et réagir rapidement aux implications de cette connaissance.

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

Gartner

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 économes. Cela n'est pas économisé, mais lorsque l'adoption du e-commerce exige efficacité, rapidité et dématérialisation. 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 gestion 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, sans distinction entre les lieux ou les systèmes. Cela implique le déploiement des services commerciaux dans une infrastructure distribuée. Cela rendra les opérations à l'arrivée de la crise mondiale plus sûres que jamais.

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

Gartner



diem





Software is eating the world
WEB 1.0 → 3.0



Web1 (roughly 1980-2005) 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 closed, 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.



G ACT THINK IMPACT <https://toplink.weforum.org/knowledge/explore/all>
<https://toplink.weforum.org/knowledge/insight/a1Gb0000001hKwEAi/explore/summary>

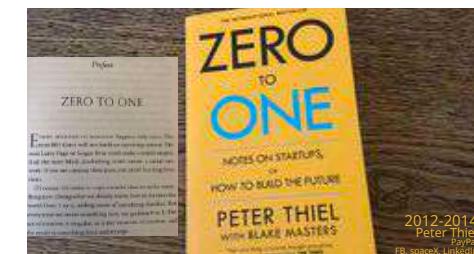
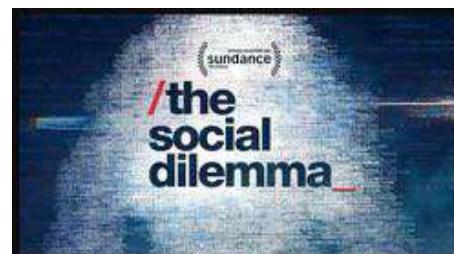


G ACT THINK IMPACT <https://toplink.weforum.org/knowledge/explore/all>
<https://toplink.weforum.org/knowledge/insight/a1Gb0000001hKwEAi/explore/summary>

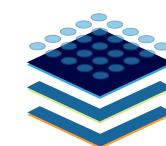


Michel SERRES	Luc FERRY
-3000 écriture	1800 Vapeur
1450 imprimerie/chiffre	1900 Électricité
2000 NBIC	2000 NBIC





Ridicule **délai**
Dangereux **délai**
Évident

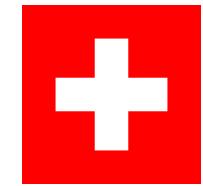


PLATFORM

servicisation
 disruption
 uberisation
 tycoonisation
 plateformisation

Nouveaux Business Modèles

G ACTTHINK IMPACT



XXX AAS

PLATEFORME DOMOTIQUE



PLATEFORME SMART CITY



APP SOFT USER ADV TRUST DATA



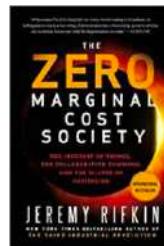
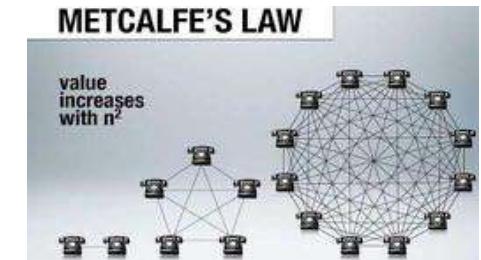
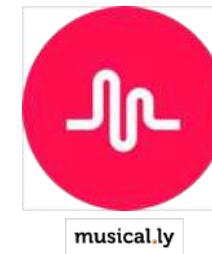
PaaS
platform as a service



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

aero ag wine water
 food legal civic travel
 culture mar insur
 green cal prop med
 gov ad fin sleep
 legal ed deep

-TECH

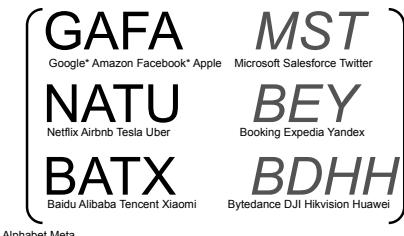


effet matthieu

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



GAFA



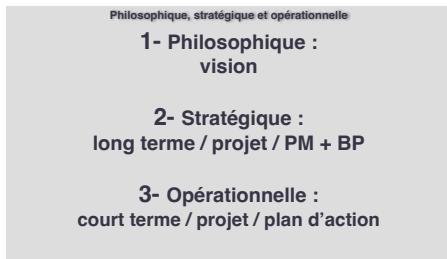
Qui dispute les BATXBDH ?



DNVB

D2C

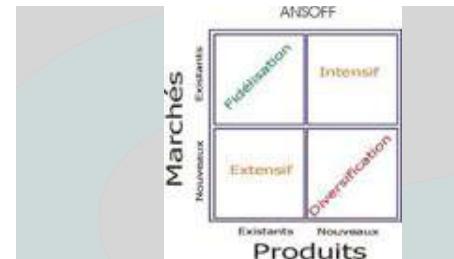
Décomposition du marketing



La philosophie marketing



Marketing STRATÉGIQUE



Marketing Opérationnel

=

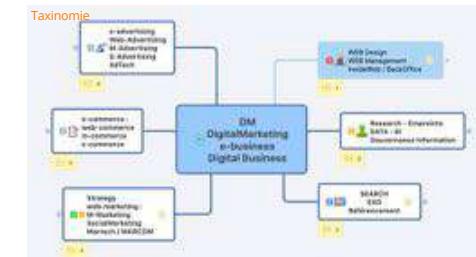
3 x 6 moyens

Marketing Opérationnel		18
MM		6
TM		6
DM		6



Digital Marketing

1. Web Management (tech)
2. Data & Research management
3. Référencements / SEARCH(ES)
4. Stratégie (M/s/w)
5. Commerce (M/s/w/m)
6. Publicité (M/s/w/m)





“ attention
=
Money ”

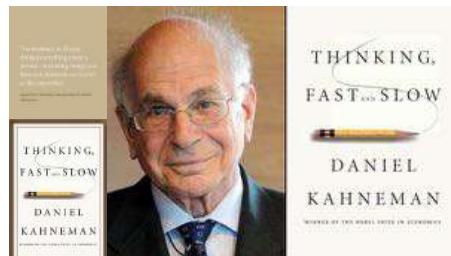
économie vs. marketing
=
rationalité des agents

Amartya SEN
Nobel 1998 pour IDH

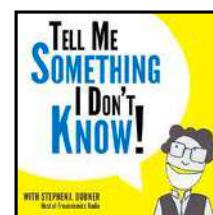
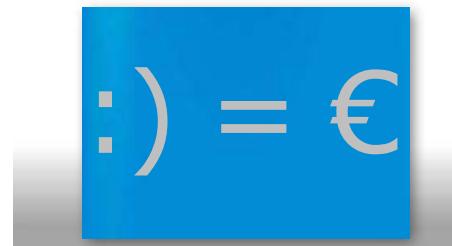


Richard Thaler
Nobel 2017 pour Nudge

inciter sans que l'incitation soit perceptible,
sans contrainte ni récompense



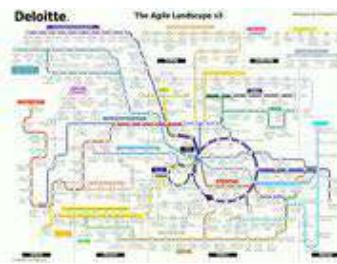
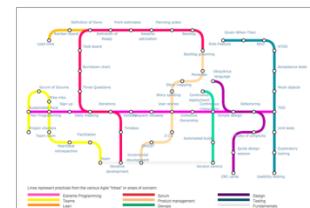
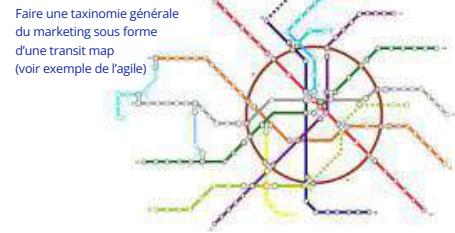
1785 «Les Sablons» avec Louis XVI et Antoine Parmentier



VUCA d'un secteur

À propos du cours, des thèmes,
des sujets, de l'innovation...

Taxinomie



CHIFFRES CLÉS

50

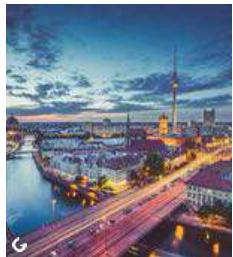
33 000 diplômés

8 000 étudiants

7 000 participants formés à l'act

programmes de formation

SAMSUNG



INTERNATIONAL SAMSUNG

3 300

étudiants internationaux
159 nationalités dans l'école

125

partenaires internationaux
dans le monde entier

20

accords de double diplôme
avec des institutions internationales

