mti

EP04
PLANdigital

PREVIOUSLY
in 180 sec

1 Digital Mindset
2 Marketing de l'Innovation
3 Stratégies Marketing Digital
4 Plan Marketing Digital

#TRANSFORM ation digitale

1/ New Marketing
New mix, new def, new positioning, new taxonomy

2/ NewWorld Innovation
Révolutions industrielles
MBC
IA WEB3

3/ New digital Strategy
ArtOffer
VUCA
AAARRR

4/ New Digital Plan
Persona
Customer Journey
Calendar

// REDPILL
Are you RED/BLUE pill?

4#NEW Digital Plan

1/ New Marketing
New mix, new def, new positioning, new taxonomy

2/ NewWorld Innovation
Révolutions industrielles
MBC
IA WEB3

3/ New digital Strategy
ArtOffer
VUCA
AAARRR

4/ New Digital Plan
Persona
Customer Journey
Calendar

// REDPILL
Are you RED/BLUE pill?

PLAN DIGITAL

PRÉREQUIS

3 piliers du digital
Persona + EmpathyMap + ICP
Parcours client + point de contact
UX et NPS
Proto + Value Proposition
Content calendar, target, channel
Budget
AAARRR + sales funnel

SOMMAIRE

01.	02.	03.	04.	05.
VOC Persona Empathy Map ICP Pain Point Insights	Parcours client Point de contact UX Channel Audit Omni Channels MCA	Prototypage MVP Value proposition	Content Calendar by audience by channel Budget CAC	AAARRR Sales Funnel LTV TAM SAM SOM IS & BP

DIGITAL PLAN
ES EXECUTIVE SUMMARY

ES Executive Summary

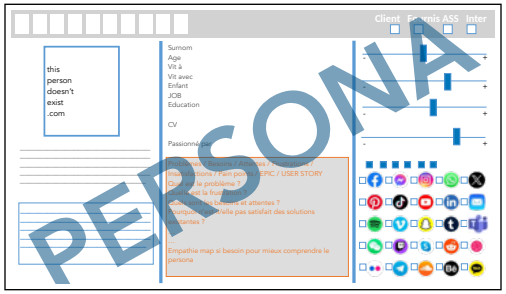
1ère page 1300 caractères
modèle PAPER1
Suite du dossier *selon modèle présentation*
Oral tiré au sort

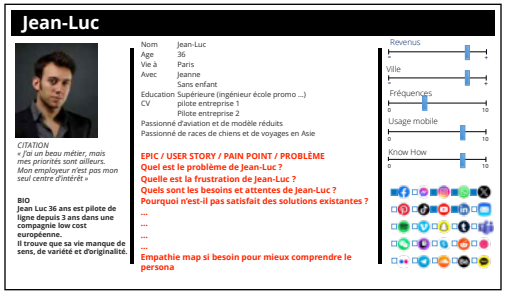
01.

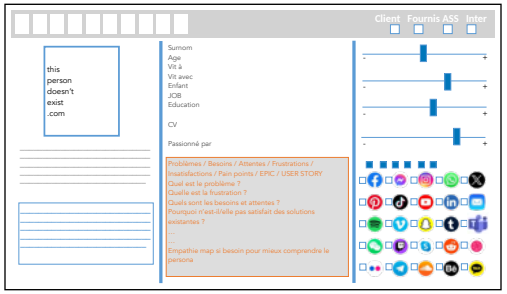
VOC
Persona
Empathy Map
ICP
Pain Points
Insights

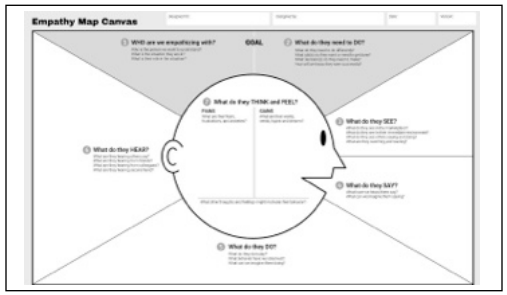
VOC

PERSONA
20 max


PERSONA
Client
Fournis ASS
Inter
this
person
doesn't
exist
.com
Sumom
Age
Vit à
Vit avec
Enfant
JOB
Education
CV
Passionné par
Problèmes / Besoins / Attentes / Frustrations / Insatisfactions / Pain points / EPIC / USER STORY
Quel est le problème ?
Quelle est la frustration ?
Quels sont les besoins et attentes de Jean-Luc ?
Pourquoi n'est-il/elle pas satisfait des solutions existantes ?
...
Empathie map si besoin pour mieux comprendre le persona


Jean-Luc
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
CITATION
« J'ai un beau métier, mais mes priorités sont ailleurs. Mon employeur n'est pas mon seul centre d'intérêt »
BIO
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.
EPIC / USER STORY / PAIN POINT / PROBLÈME
Quel est le problème de Jean-Luc ?
Quelle est la frustration de Jean-Luc ?
Quels sont les besoins et attentes de Jean-Luc ?
Pourquoi n'est-il pas satisfait des solutions existantes ?
...
Empathie map si besoin pour mieux comprendre le persona
Revenus
Ville
Fréquences
Usage mobile
Know How

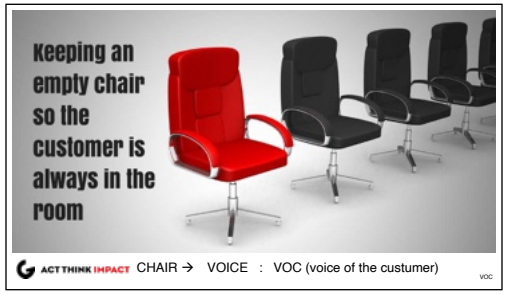

Client
Fournis ASS
Inter
this
person
doesn't
exist
.com
Sumom
Age
Vit à
Vit avec
Enfant
JOB
Education
CV
Passionné par
Problèmes / Besoins / Attentes / Frustrations / Insatisfactions / Pain points / EPIC / USER STORY
Quel est le problème ?
Quelle est la frustration ?
Quels sont les besoins et attentes ?
Pourquoi n'est-il/elle pas satisfait des solutions existantes ?
...
Empathie map si besoin pour mieux comprendre le persona


Empathy Map Canvas
GOAL
What do they THINK and FEEL?
What do they SEE?
What do they HEAR?
What do they SAY?
What do they DO?

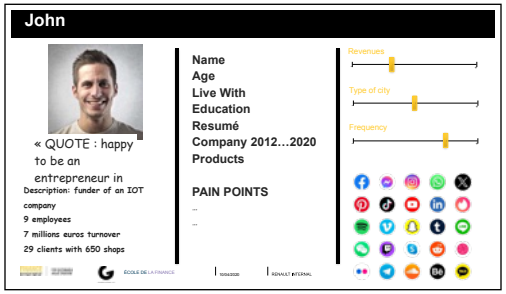
ICP / ABM
PERSONA

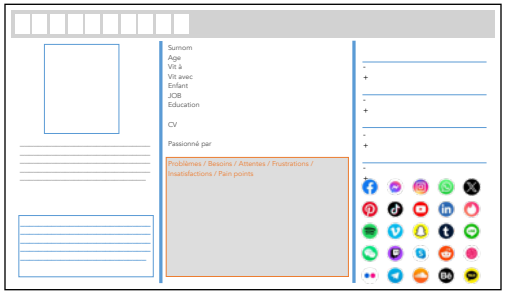
PERSONA
ICP
ideal customer profil

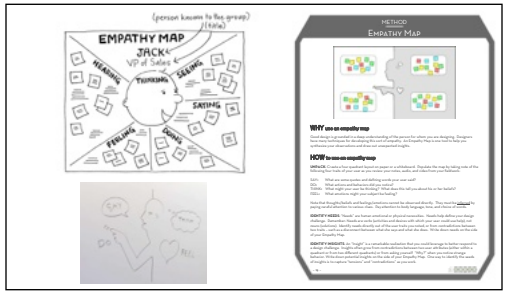
Question :
qui sont les utilisateurs ?

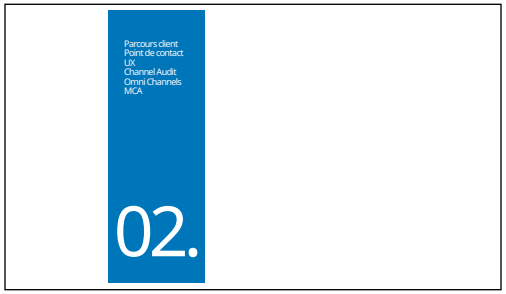

Keeping an empty chair so the customer is always in the room
ACT THINK IMPACT CHAIR → VOICE : VOC (voice of the custumer)
VOC

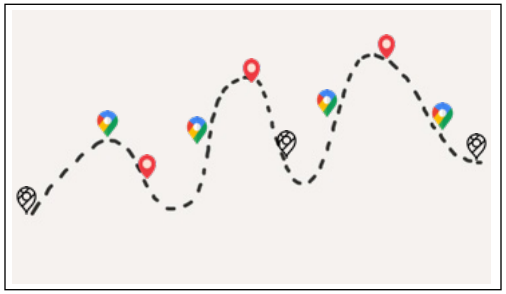
V I R G I N I E
ICP
ABM
« Je n'aime pas faire de vagues ou gérer des conflits, le débat est la meilleure manière de progresser »
Très belle progression dans l'entreprise Virginie est DRH à 55 ans en commençant assistante il y a 32 ans.
Appréciée de toutes et tous elle privilégie les contacts en face à face
Virginie
55
Vit à Lyon (banlieue)
Vit avec son compagnon et ses 3 enfants
Enfant : 3
JOB : DRH
Education : BEP
CV : 2ème entreprise
Passionné par l'artisanat, la brocante
Virginie en tant que DRH d'une ETI, ne sais plus comment satisfaire les différentes générations de salariés qui ont des buts et attentes différentes
Virginie cherche une innovation a mettre à son actif dans l'entreprise, mais c'est dur dans les RH
Virginie n'aime pas son logiciel de SIRH mais elle n'a pas su influencer le choix par son manque de connaissance informatique
salaire
équilibre
informatique
digital

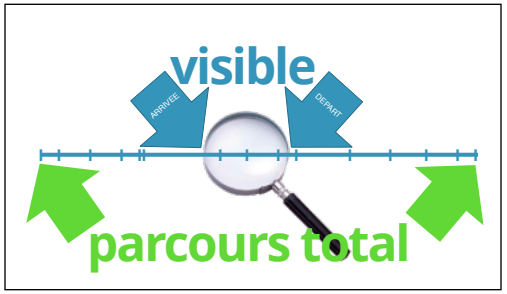

John
« QUOTE : happy to be an entrepreneur in
Description: funder of an IOT company
9 employees
7 millions euros turnover
29 clients with 650 shops
Name
Age
Live With
Education
Resumé
Company 2012...2020
Products
PAIN POINTS
...
...
Revenues
Type of city
Frequency

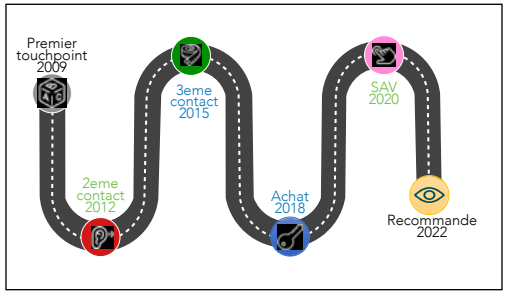

Sumom
Age
Vit à
Vit avec
Enfant
JOB
Education
CV
Passionné par
Problèmes / Besoins / Attentes / Frustrations / Insatisfactions / Pain points

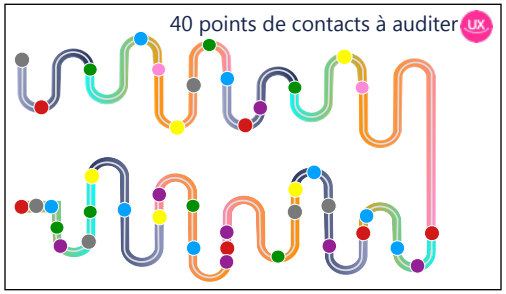

EMPATHY MAP
JACK
VP of Sales
HEARING
THINKING
SEEING
SAYING
FEELING
DOING
METHOD
EMPATHY MAP
WHY use an empathy map
HOW to use an empathy map

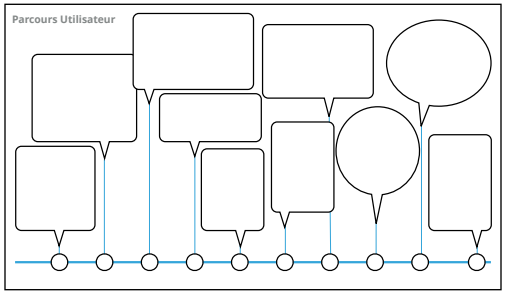

Parcours client
Point de contact
UX
Channel Audit
Omni Channels
MCA
02.

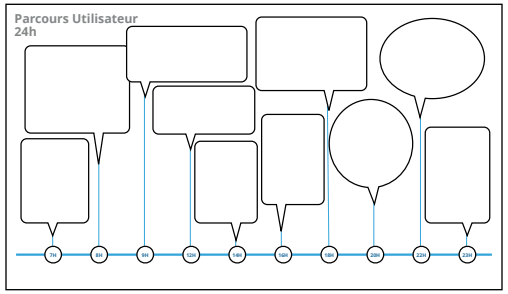


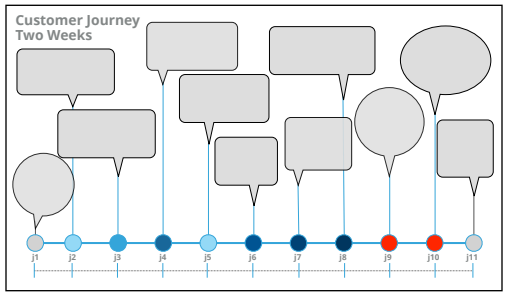

visible
ARRIVÉE
DÉPART
parcours total

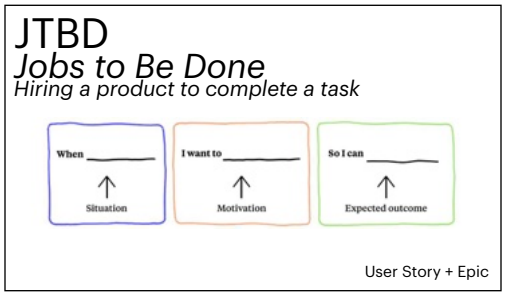

Premier touchpoint 2009
2eme contact 2012
3eme contact 2015
Achat 2018
SAV 2020
Recommande 2022

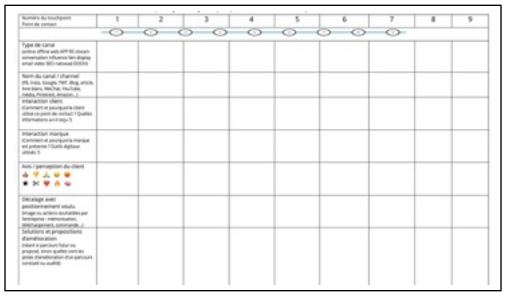

40 points de contacts à auditer
UX

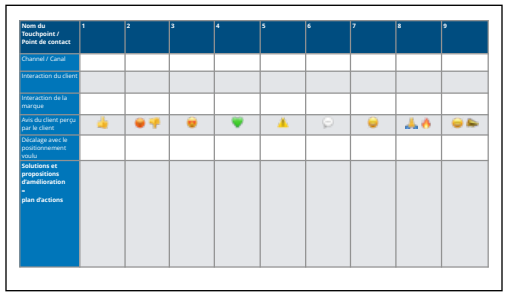

Parcours Utilisateur

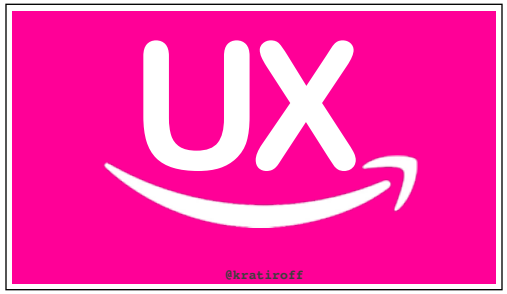

Parcours Utilisateur
24h

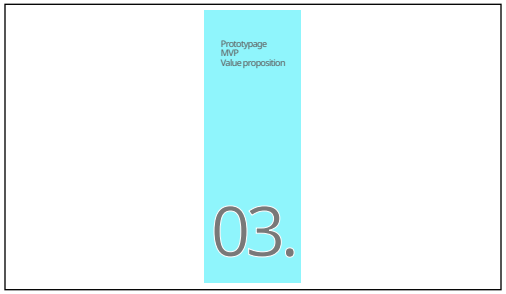

Customer Journey
Two Weeks
j1
j2
j3
j4
j5
j6
j7
j8
j9
j10
j11


JTBD
Jobs to Be Done
Hiring a product to complete a task
When _____
Situation
I want to _____
Motivation
So I can _____
Expected outcome
User Story + Epic




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
plan d'actions


UX
@kratiroff


Prototypage
MVP
Value proposition
03.

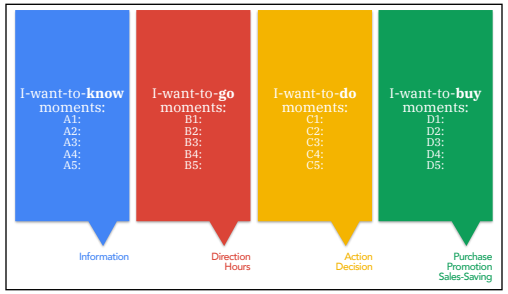
FIGMA

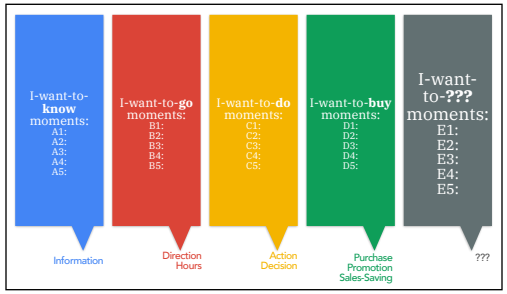
Prototypage
Wireframing
Figma
Value
Proposition

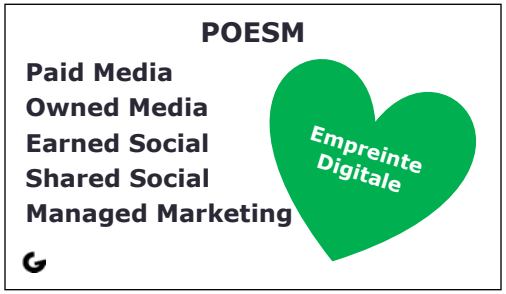
Marvel
Prototypage
Wireframing
Value
Proposition

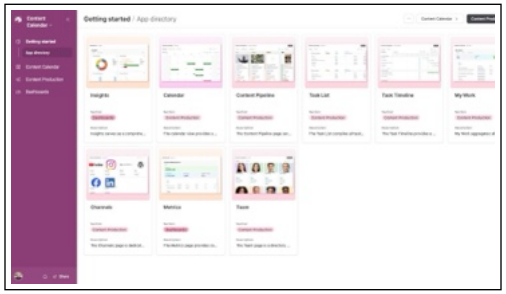
MVP
minimum viable product
MVP
MVP
MVP
Design
Utilisable
Qualité
Fonctionnalités

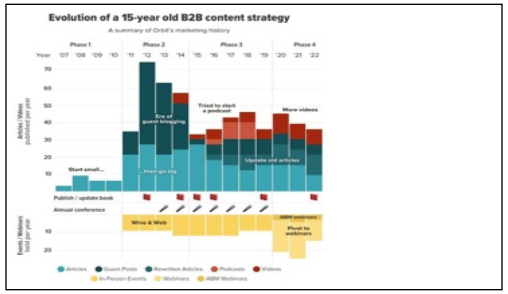
Content Calendar
by audience
by channel
Budget
CAC
04.

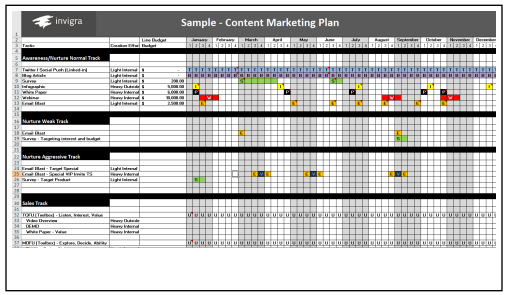

I-want-to-know moments:
A1:
A2:
A3:
A4:
A5:
I-want-to-go moments:
B1:
B2:
B3:
B4:
B5:
I-want-to-do moments:
C1:
C2:
C3:
C4:
C5:
I-want-to-buy moments:
D1:
D2:
D3:
D4:
D5:
Information
Direction
Hours
Action
Decision
Purchase
Promotion
Sales-Saving

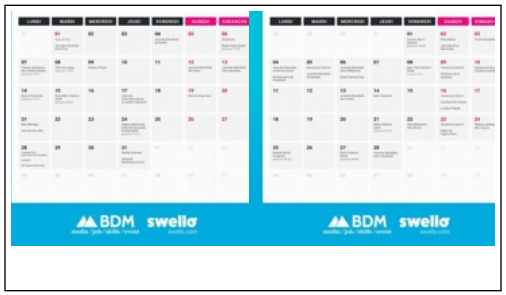


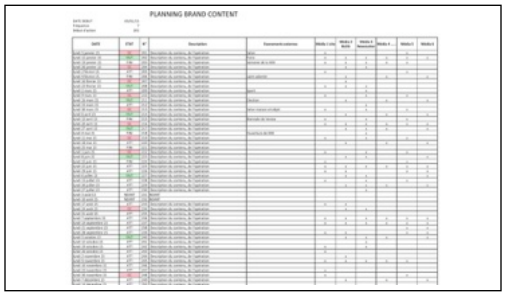






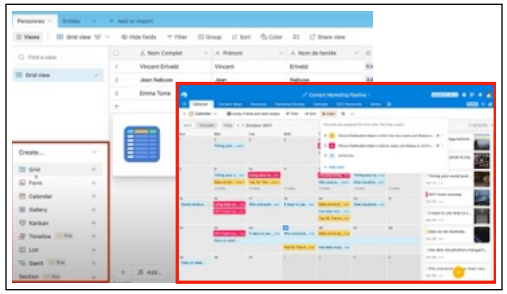


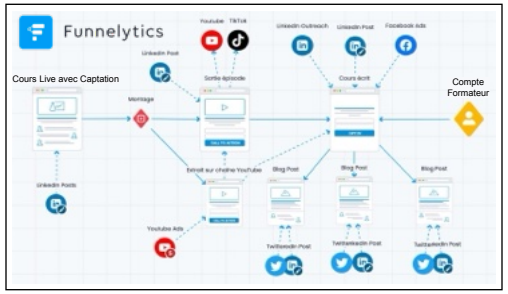


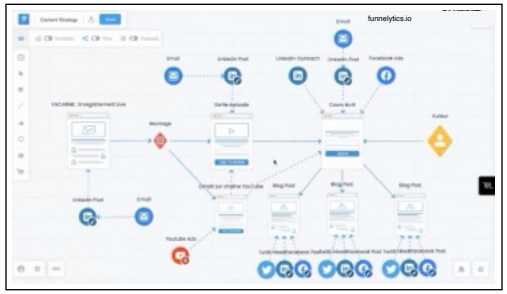


Présenter la liste des Contenus Digitaux par :
- date dans un calendrier
- persona dans une gallery
- produit dans une autre gallery
- producteur dans une liste
- état d'achèvement dans un Kanban
- thème dans une autre liste

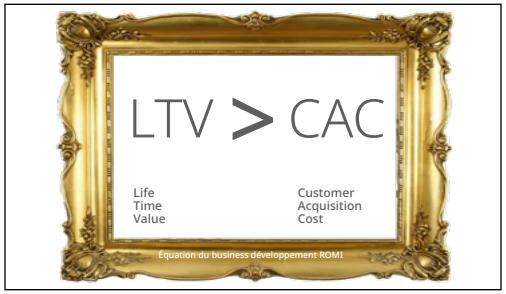
Airtable

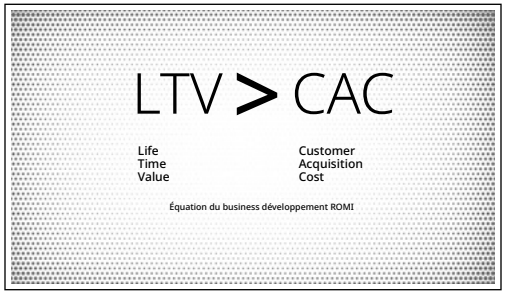


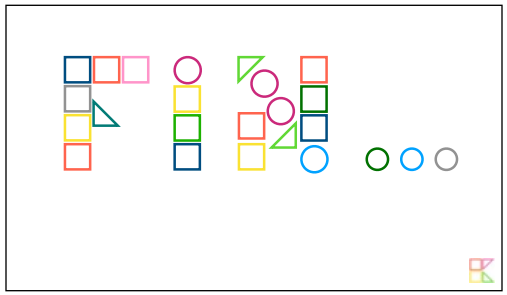




Business plan / Income Statement	Periode 1	Periode 2	Periode 3
Chiffre d'affaires / Ventes / Revenu / Net sales			
Coût de production / Coût des marchandises / Négoce Achat / Prix de revient / Cost of Sales			
Marge Brute / Marge commerciale / Gross Profit			
Frais de commercialisation et R&D/ selling operating expenses - R&D			
Frais généraux / Charges d'exploitation / Dépenses administrative / General Expenses			
Marge-Bénéfice d'exploitation / Operating income / EBIDTA			
Frais financier / interest expense			
Provision et Taxes / Provision and income taxes			
Bénéfice Net courant / Net income			







transformation DIGITALE

1 MARKETER
MARKETING INTERNE
INFILTRER LA CULTURE
ANALYSE DE MARCHÉ
BUSINESS INTELLIGENCE
VALUE PROPOSITION
CRÉATION DE L'UX-CX

2 COMMUNIQUER
CHOIX DES CANAUX
CHOIX DES MESSAGES
MESURE DE LA DIFFUSION
MQL

3 VENDRE
BOTTOM FUNNEL
SQL
LEAD NURTURING
CLOSING

toutsurlemarketing.com/MTI

1 marketer
2 communiquer
3 vendre
l'innovation

1 2 3
MARKETER L'INNOVATION
COMMUNIQUER
VENDRE

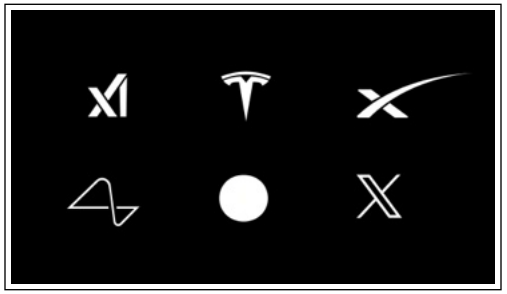
1
MARKETER L'INNOVATION

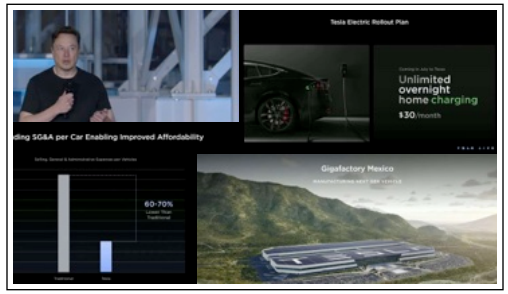
2
COMMUNIQUER L'INNOVATION

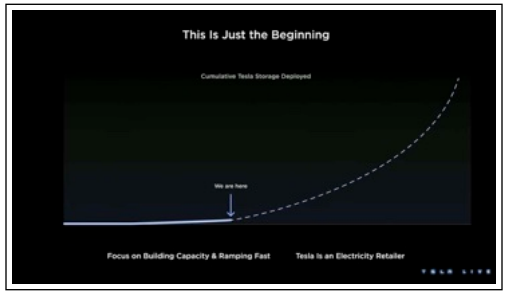
3
VENDRE & RENTABILISER L'INNOVATION

master plan

Master Plan 3
Sustainable Energy For All of Earth

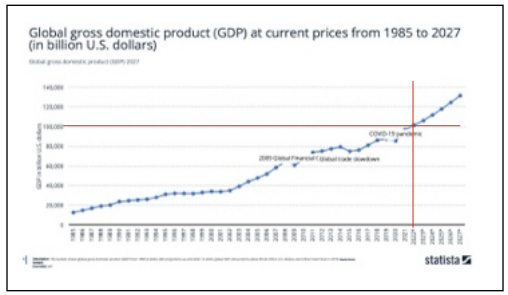


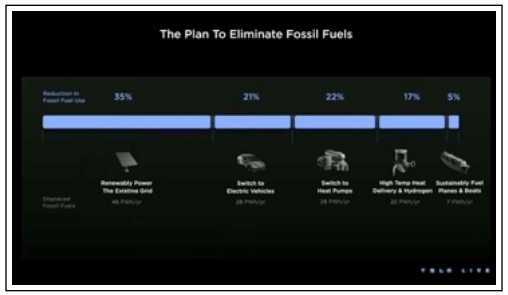

Tesla Electric Rollout Plan
Unlimited overnight home charging
$30/month
Gigafactory Mexico


This Is Just the Beginning
Cumulative Tesla Storage Deployed
We are here
Focus on Building Capacity & Ramping Fast
Tesla Is an Electricity Retailer

A Sustainable Energy Economy Is Within Reach & We Should Accelerate It
Current State
SUSTAINABLE
FOSSIL FUELS
Primary Energy Consumption
165 PWh/yr
Sustainable Energy Economy
SUSTAINABLE SOURCES
92 PWh/yr
End Use Efficiency

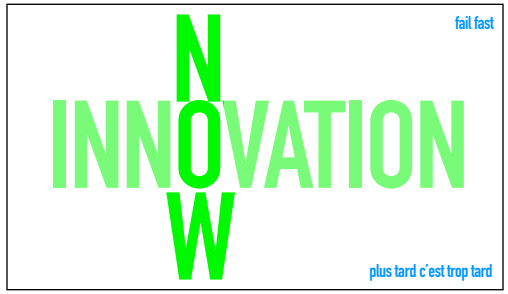
A Sustainable Energy Economy Is Within Reach & We Should Accelerate It
HOW THE MASTER PLAN WORKS:
240TWh
Storage
30TW
Renewable Power
$10T
Manufacturing Investment
1/2
The Energy Required
<0.2%
Land Area Required
10%
IEUD World GDP
ZERO
Insurmountable Resource Challenges


Global gross domestic product (GDP) at current prices from 1985 to 2027 (in billion U.S. dollars)
COVID-19 pandemic
2009 Global Financial Crisis
Global trade slowdown
statista


The Plan To Eliminate Fossil Fuels
35%
21%
22%
17%
5%
Renewably Power The Existing Grid
Switch to Electric Vehicles
Switch to Heat Pumps
High Temp Heat Delivery & Hydrogen
Sustainably Fuel Planes & Boats

STARLINK PREMIUM
SWARM

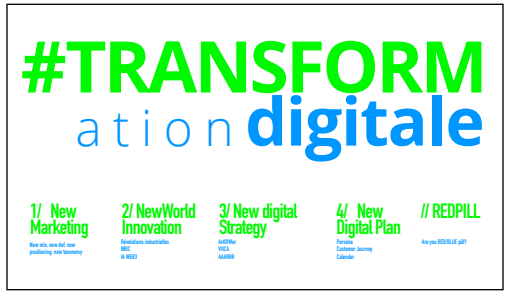
CONCLUSION
Health-Tech 2024


fail fast
NOW
INNOVATION
plus tard c'est trop tard

innovation
versus
progrès
Health-Tech 2024

CHOIX
INNOVATION
PROGRÈS

NBIC
Le futur est déjà là ; mais il n'est simplement pas réparti équitablement
William Ford Gibson (1948-) cyberspace noir prophet


#TRANSFORM
ation digitale
1/ New Marketing
2/ NewWorld Innovation
3/ New digital Strategy
4/ New Digital Plan
// REDPILL

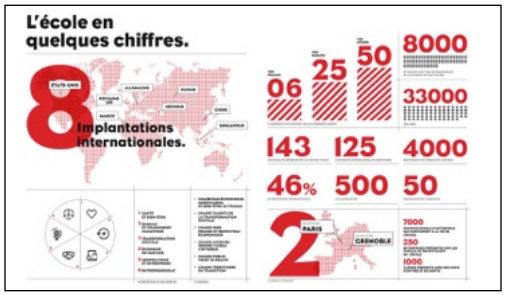
#ARE YOU
transformed?

1 marketer 2 communiquer 3 vendre
Airtable
TRANSFORMATION DIGITALE
01. 02. 03. 04. 05.
POEM
innovation progrès
MVP
INNOVATION / NOW

Vous prendrez bien une pilule rouge !

That's all Folks!

Act Think Impact


L'école en quelques chiffres.
8
Implantations internationales.
06
25
50
8000
33000
143
125
4000
46%
500
50
2
PARIS
GRENOBLE

Act Think Impact