

#HelloMTI
13 decembre 2021

@kratiroff



INSPIRING IDEAS AND TALENT
TECHNOLOGY & INNOVATION

MASTÈRE MTI

CONFÉRENCE MARKETING & TRANSFORMATION
DIGITALE

PAR HUBERT KRATIOFF

2021/22



**GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT**
TECHNOLOGY & INNOVATION

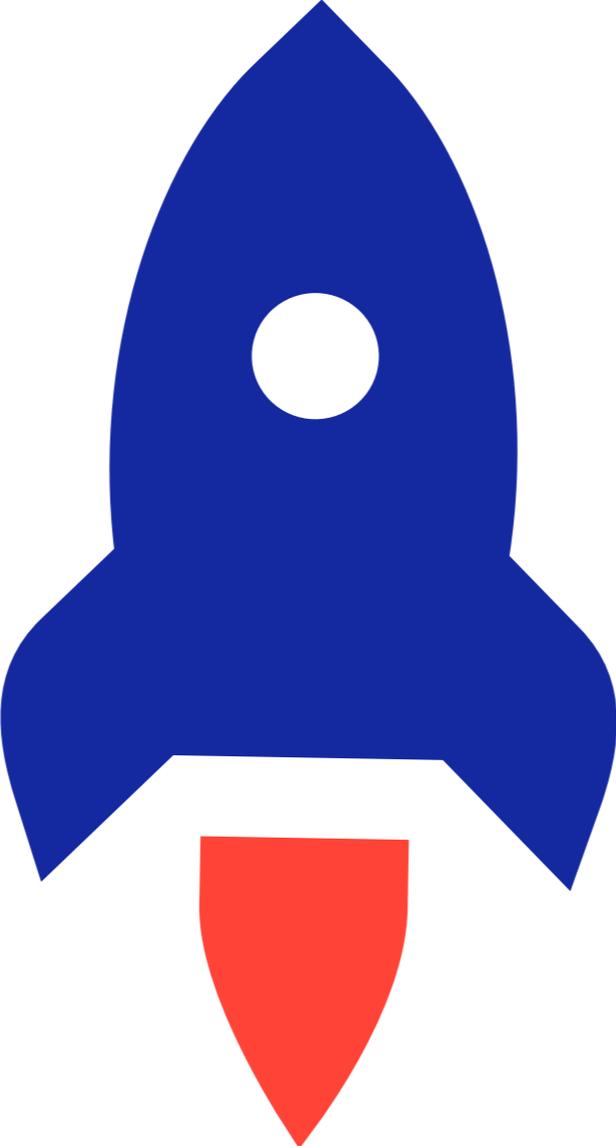
une école
 CCI GRENOBLE

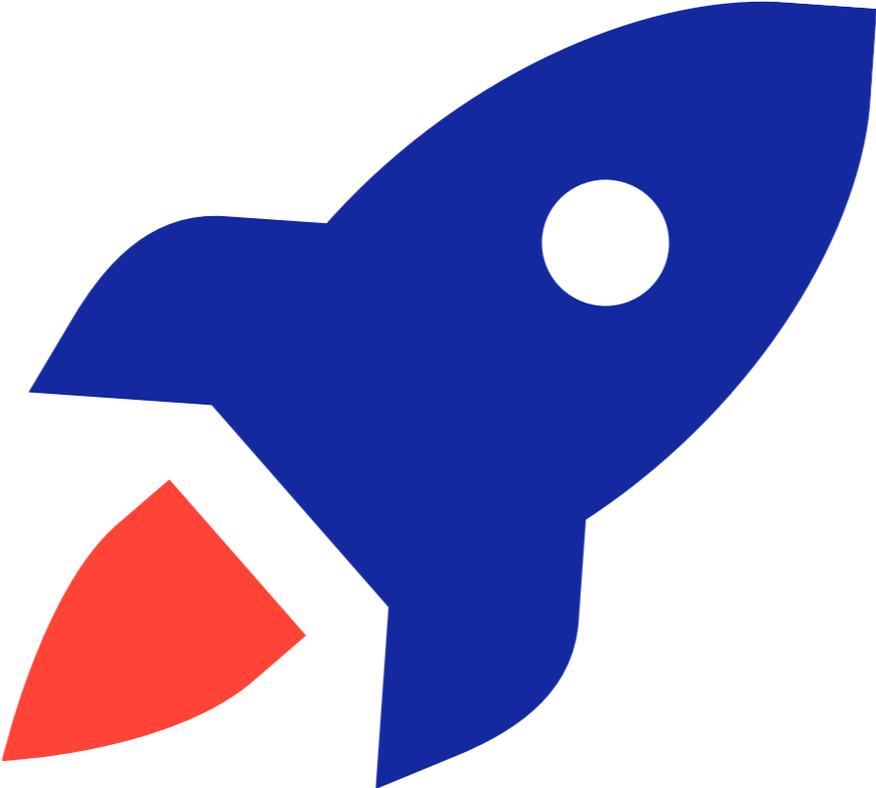
Act
Think
Impact



**Act
Think
Impact**



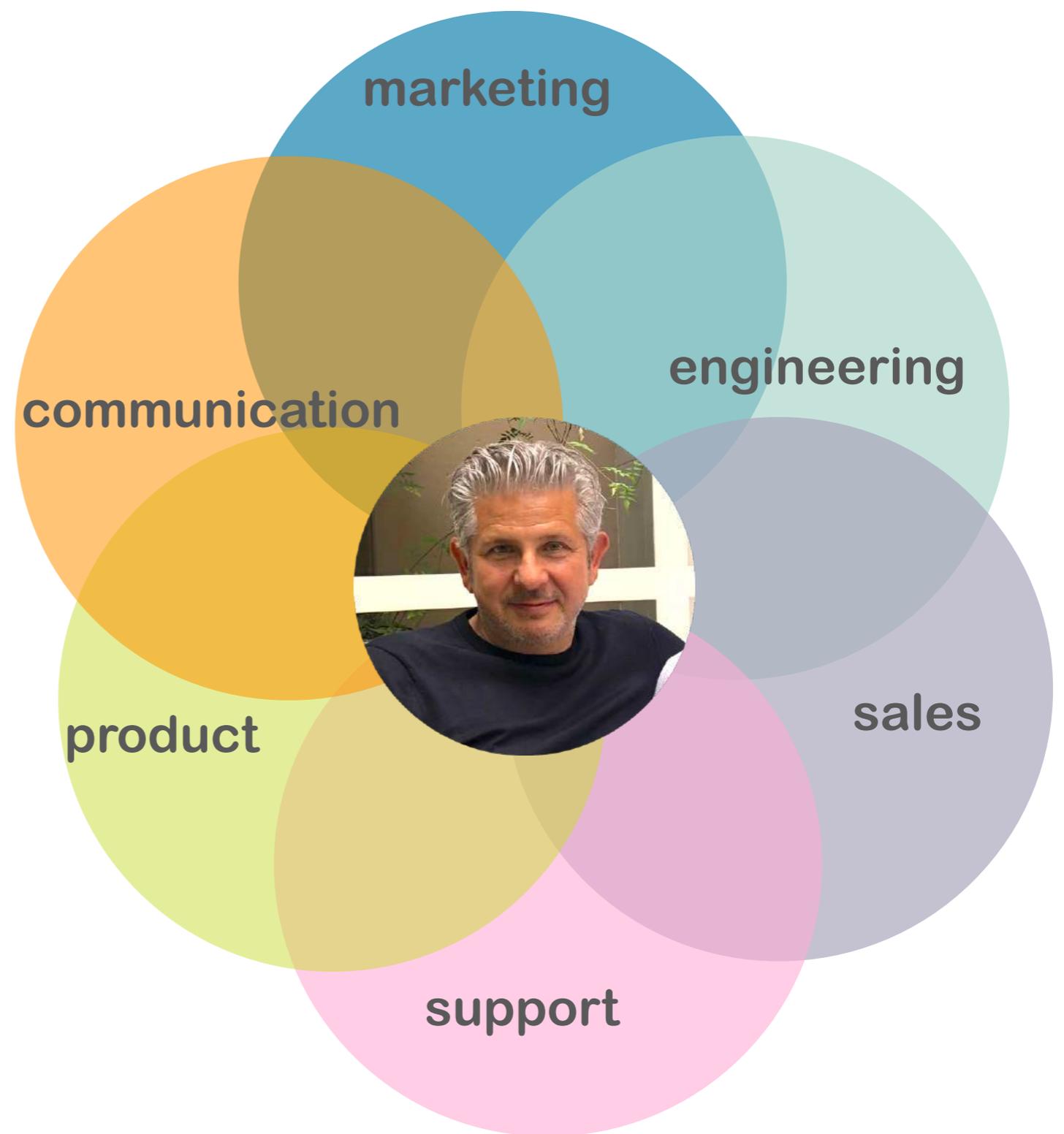






technology evangelist

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

SX

Menu Recherche **HERMÈS** PARIS Compte Panier



PAPRIKA BRASIL
EAU DE TOILETTE

233 € (333 ml)

Paprika Brésil. Note de pomme
renversant de paprika et de notes de
brûlé, ainsi que d'orange.

Disponibilité: 122 42

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 titre de PNL

Paroles

Au DD

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

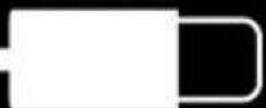
Source: Musixmatch



CD QALF

€12,99

RECOMMANDER



À PROPOS

CD

Conten

LEGAL

Mes Livres Digitaux

Tout savoir de nos fichiers musicaux

ARTISTE : DAMSO

TITRE : QALF

DURÉE : 48'08

QALF



Choose a ride, or swipe up for more



PNL  4

0,00 €

10:56 à destination



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

experience
phygitale
N°1

UX



toutsurlemarketing
.com/MTI

ou sur Google
GEM MTI digital



Les acronymes du marketing moderne



Tout le monde a ses jargon, en attendant qu'un langage, avec 100 acronymes – les tous performants – le marketing digital – est tel le marketing de tous les jours. Et même si nous pensons, comme Star* que ACS (acronymes seriously suck), sachez que IAWTU (I totally agree with you guys), mais c'est le langage des entreprises à votre écoute (et même plus).

AAR: Average active readers
AAID: Android Advertising (Google)
AAIRAC: Acquisition, Activation, Retention, Referral, Revenue
ABC: Always Be Closing
ABM: Account Based Marketing
ABT: AB testing
AC&S: Association pour commerce et services en ligne (ACER, 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"
AMA: Ask Me Anything
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 (ou 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 InsurTech
ASX&A: AlwaysAd + AnyContext
ATF: Above the fold and below the pl, sous-visible (cf. ATF)
ATL: above the line (cf. ATL & media)
AWD: Adaptive web design (cf. MWD)
BAT(1): Baby, Bitches, Tervors, Slants (cf. UFFA)
BANT formula: Budget, Authority, Need, Timeline (developed by IBM)
BBI: Business by Global
BI: Business Intelligence
BMG: Business Model Generation by Eric Reis
BOB: Boss of Boss

BOF: Bottom Of Funnel (cf. TUF)
BPM: Business Process Management
BR: bounce rate (valeur brride & une seule page ou son réajouton d'un email)
BRIDE: 5 sources consisting with Track and M-11
BTC: Bitcoin (BTC)
BTY: Below the fold (ou dessous du pl, sous-visible (cf. ATF)
BTL: below the line (cf. ATL & hors media)
BtoG: Business to Government
BtoR: Business to Retail
BYOD: Bring your own device (cf. CYOD)
CAU: Customer Acquisition Unit (le cycle d'achat client amène à plusieurs clients)
CAD: communication audiovisuelle dynamique (cf. DOOH & digital signage)
CCO: Chief Customer Officer
CCU: MCC
CCG: Chief des Changes
CCU: customer digital journey
CEO: Chief Executive Officer (ou Chief Sales Officer)
CDN: content delivery network / réseau de diffusion de contenu (MAMA)
CDP: Customer Data Platform (le plus than a CRM and CRM)
CEM: Customer Experience Management
CES: Customer Effort Score
CGI: Computer-generated imagery
CHC: Chief Happiness Officer
CL: contextual link interface
CLV: Customer Lifetime value
CM: Community Manager
CMO: Chief Marketing Officer
CMR: Content management system
CML: Commission Nationale d'Informatique et de Liberté (cf. RGPD)
COO: Corporate Open-Online Course
COU: Cost Of Use

CPA: collective performance et acquisition
CPA: Cost per action (ou acquisition)
CPC: Cost per click, amount of money required to purchase a single click (or Cost per Customer)
CPCV: Cost per completed view
CPDV: Cost + Cost + Completed View
CPV: Cost per view
CPI: Cost per thousand (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 (le fournisseur évite responsabilité (RSE))
CSO: Creating New Stories
CTA: Call to action
CoB: Customer to Business (cf. USC)
CoC: Customer to Customer
CTR: Click Through rate (nombre de clics en un clic)
CE: Customer experience (including UX)
CYOD: Choose Your Own Device (cf. BYOD)
D3: cf. DOD
DAD: Decentralized Autonomous Organization (Blockchain)
DOD: Data Driven Document
DDM: data-driven decision management
DDI: data-driven strategy
DL: Digital Learning
DM: Direct mail or Direct message sur Twitter
DM&Co: Digital marketing expertise and conference (Congm, DL)
DMP: Data management platform
DNS: Domain name system (cf. IC&E & registre)
DNVB: 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 150 définitions Conférence NoLimit.....	1
1. ActTech: Advertising Technology.....	2
2. Agence, digital et plus.....	4
3. Economy & general.....	6
4. principe.....	9
5. with 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



75
out of 100

Four components of your score

31.45 | Establish your professional brand

16.82 | List the right people

13.27 | Engage with insight

25 | Build relationships

People in your industry



32
out of 100

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

You rank in the top 1%.

See change over time

People in your network



42
out of 100

People in your network have an average SSI of 42.

You rank in the top 27%.

See top 1% of your network



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**





NOUVELLE ÉCONOMIE

MARKETING
GAFA
RÉVOLUTION
ATTENTES



TRANSFORMATION DIGITALE

INNOVATION
MÉTHODE
CULTURE



INNOVATIONS A INTÉGRER

IA BLOCKCHAIN SAAS
API BLUE EXPECTATION
EXPERIENTIAL
CONNAISSANCE

1 Transformation de l'économie : la nouvelle économie, société

1.1 Outils modernes, paradigme digital

1.1.1 Distinction numérique vs. digital vs. cyber

1.1.2 Attention aux effets sociétaux

1.2 Révolution industrielle, innovation et I4.0

1.2.1 I4.0

1.2.2 4 ou 5 révolution

1.2.3 Disruption et intégration

1.3 Data et cie

1.4 Nouvelle génération et nouvelles attentes

2 Transformation digitale de l'entreprise

2.1 Gérer l'innovation

2.1.1 Introduction

2.1.2 Quelques exemples

2.2 Taxinomie du marketing digital

2.2.1 Présentation des parties

2.2.2 Évolution des 6 branches

2.3 Les fonctions en entreprise

3 Application : Marketing Moderne 123

3.1.1 Marketing l'innovation

3.2.1 Communiquer l'innovation

3.3.1 Rémunérer (vendre) l'innovation

One more thing...

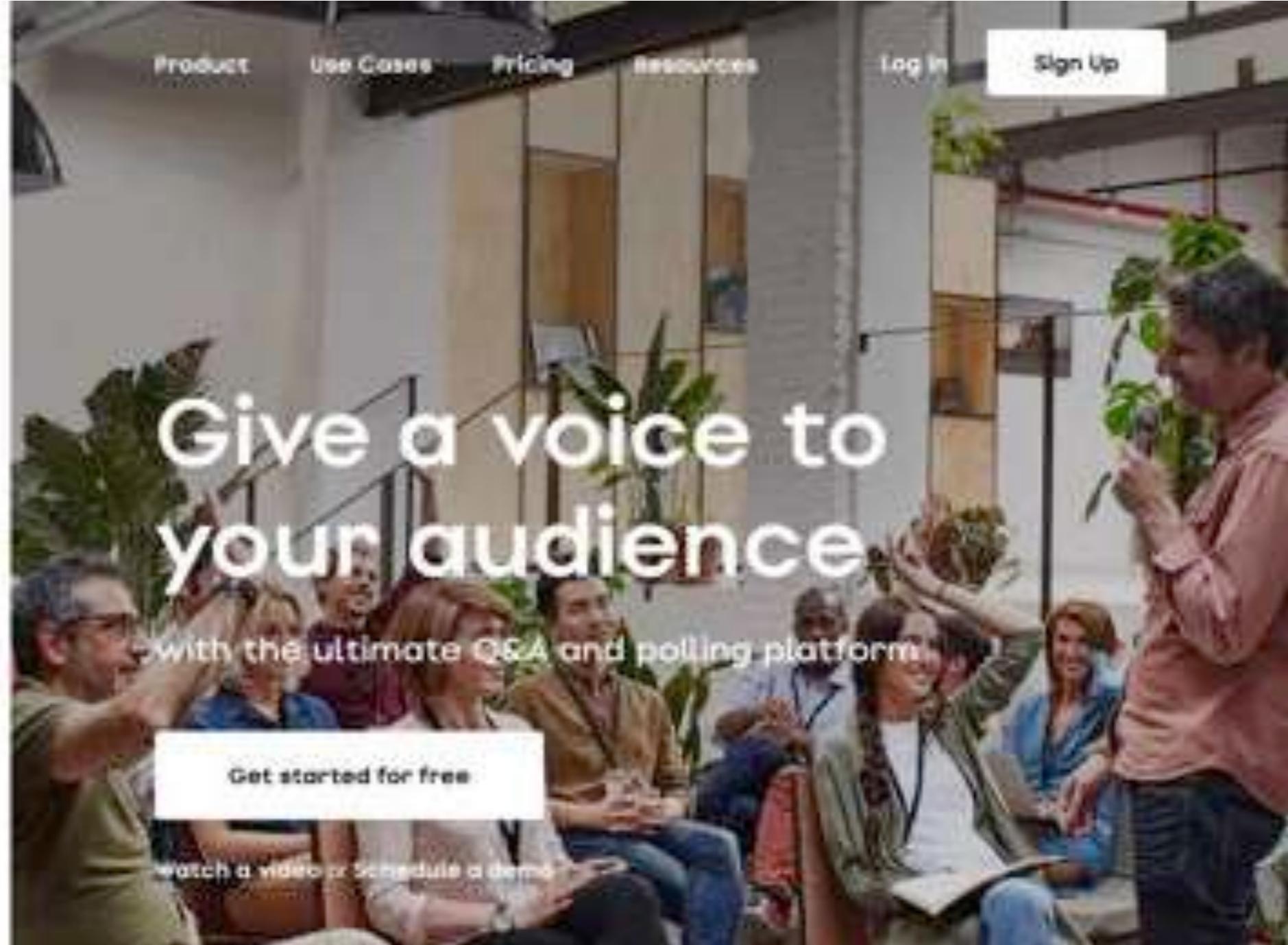


slido

Joining
a m

#mti

Join

A banner for the Slido website featuring a group of people in a meeting. A man on the right is speaking into a microphone, while others are listening and some are raising their hands. The background is a modern office space with plants and large windows.

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

EPPO1

Les Nouvelles économies

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



LE BUREAU
DES
LEGENDES

Numérique

Digital

Cyber

1



**LE BUREAU
DES
LEGENDES**

2



**LE BUREAU
DES
LEGENDES**

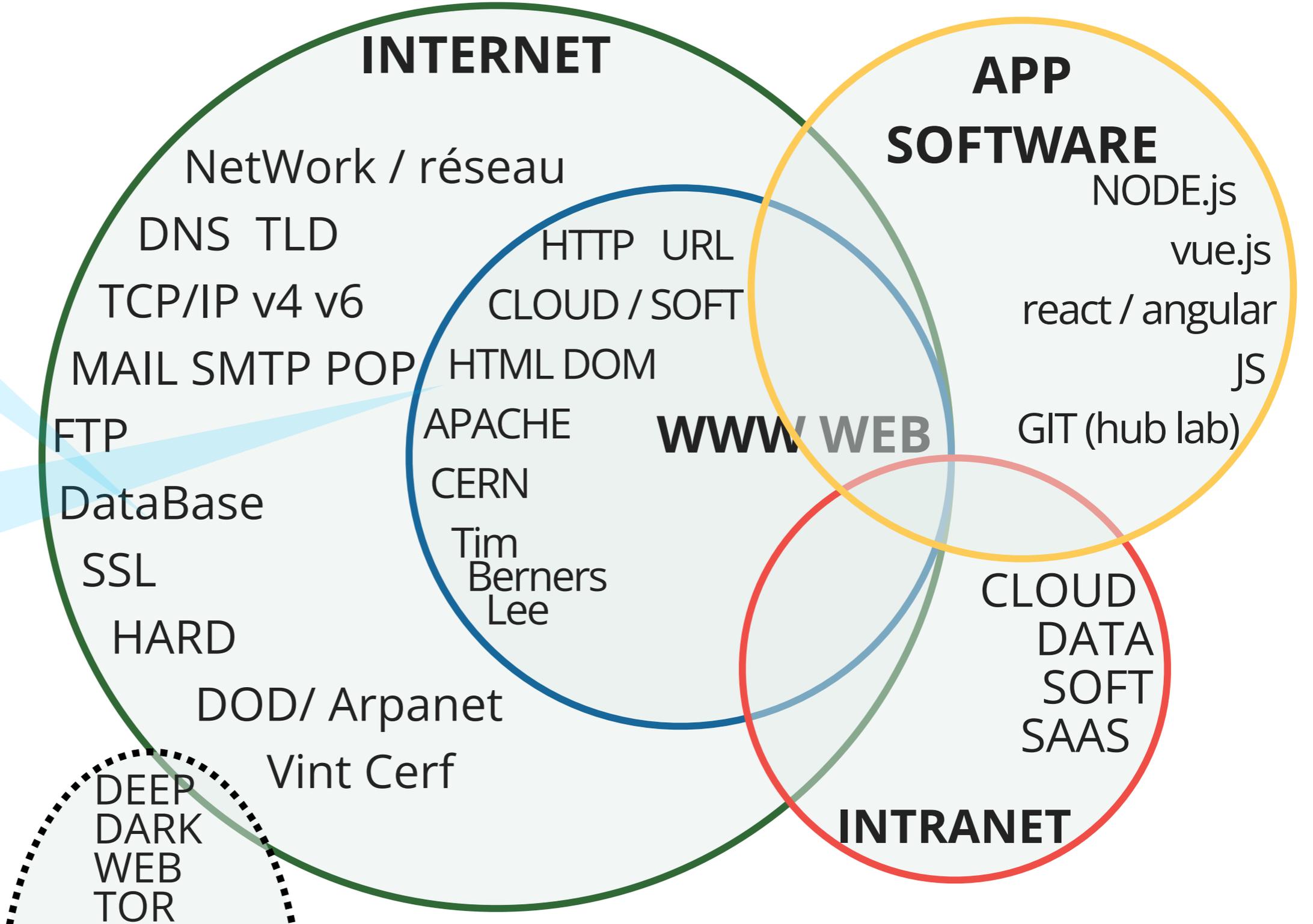
3



**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

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

VOUS
COSTES
COMIC

HBK.ORG

Harvard Business Review

JULY-AUGUST 2014

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

504 The HBR 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

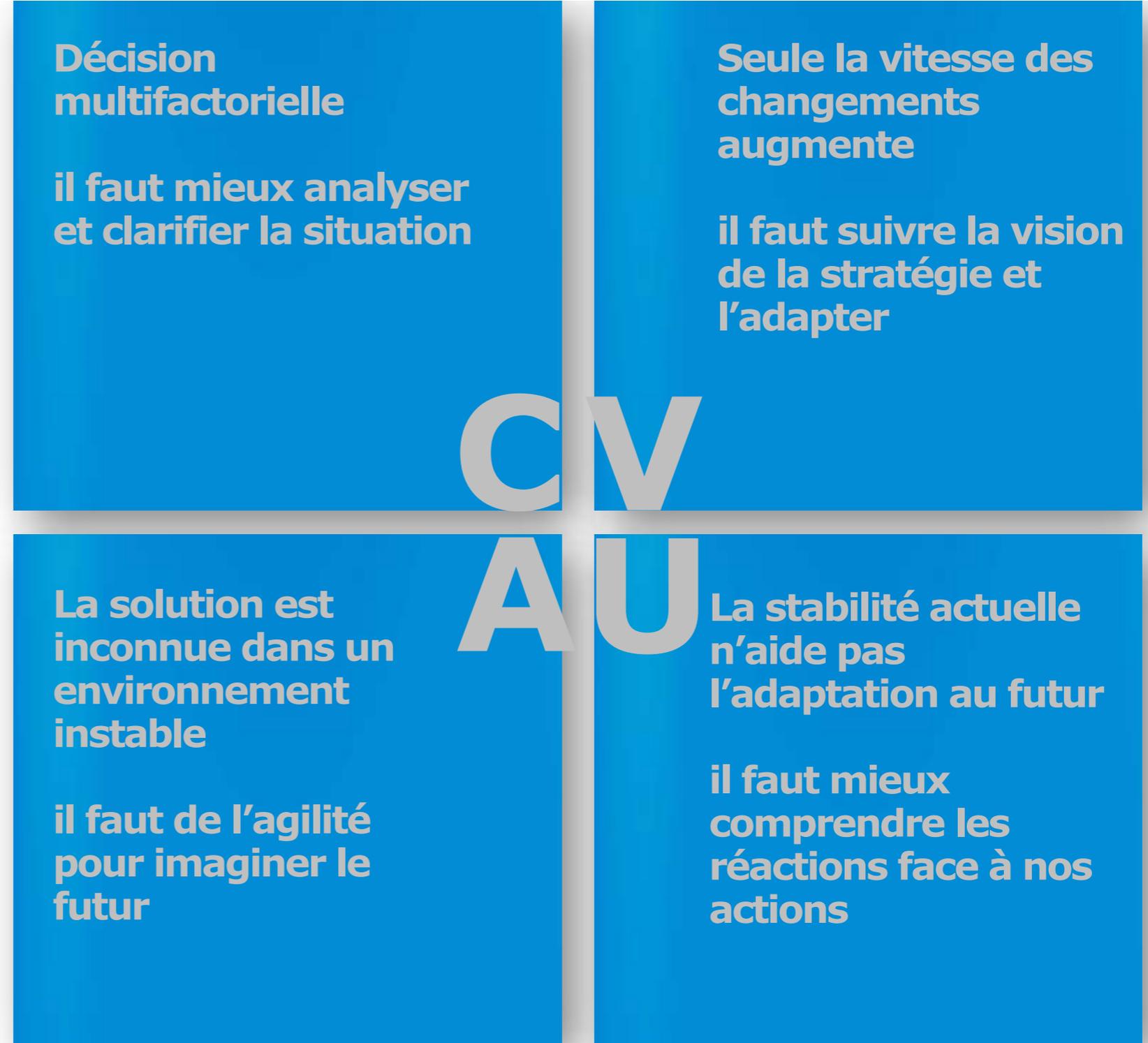
VUCA

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



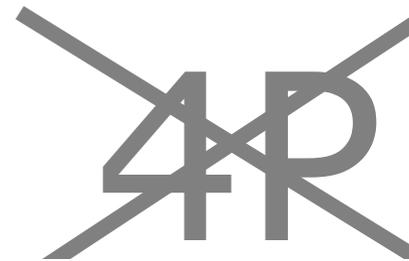
1/ Niveau de connaissance sur l'écosystème, l'environnement et la situation



4P

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



marketing

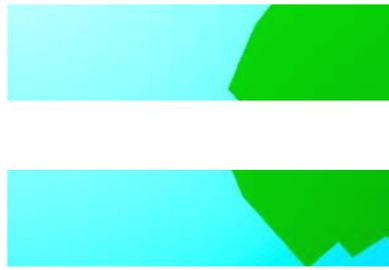
créer de la valeur

pour l'entreprise,

le client,

et l'écosystème





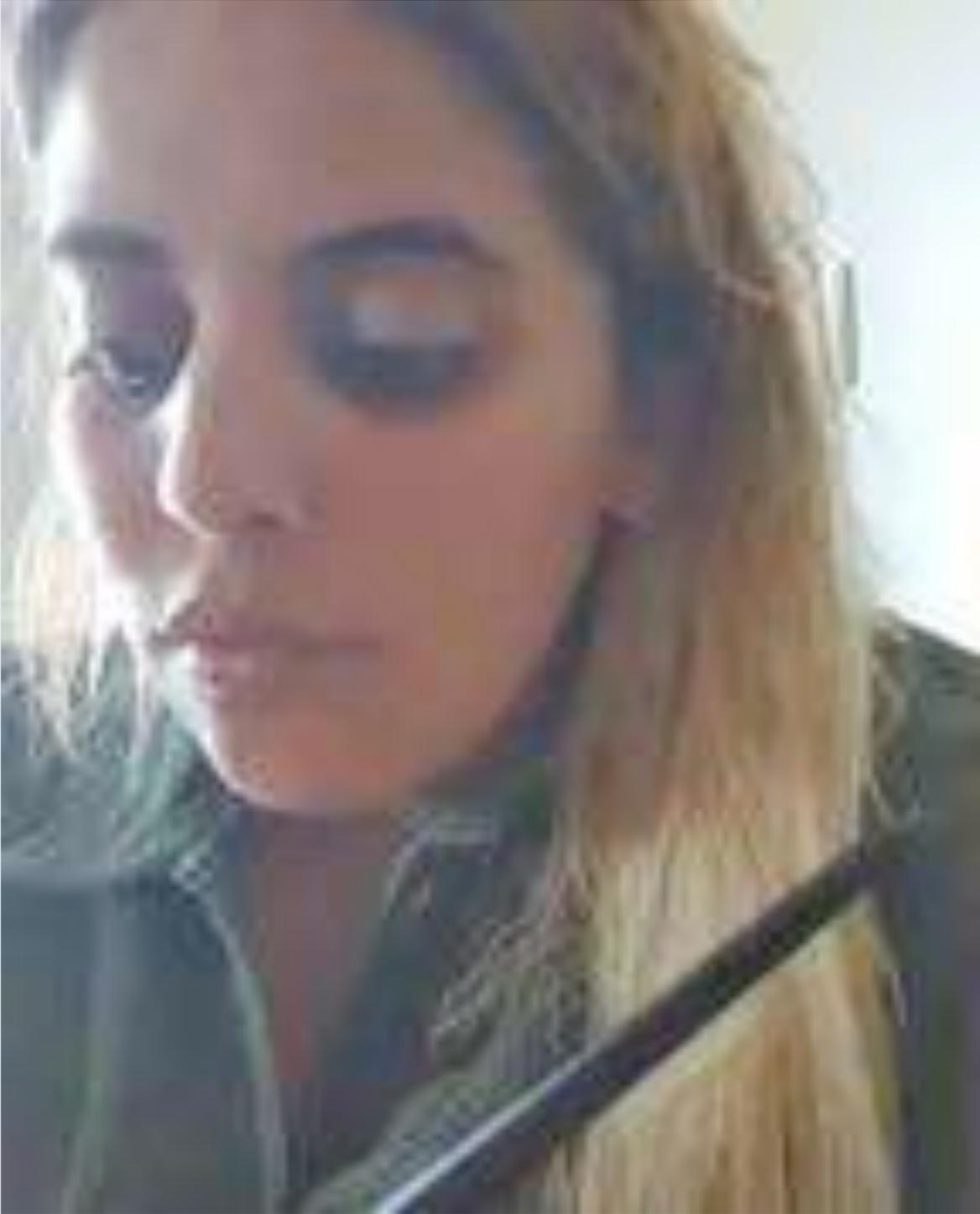
meeting
needs
profitably

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)*





AMANDINE
PÉCHIODAT



BLA
BLA
BLA



MOTS

RACONTER

ÉCRITURE



FKLG.

bref. j'fais des cours



*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

~~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?

+

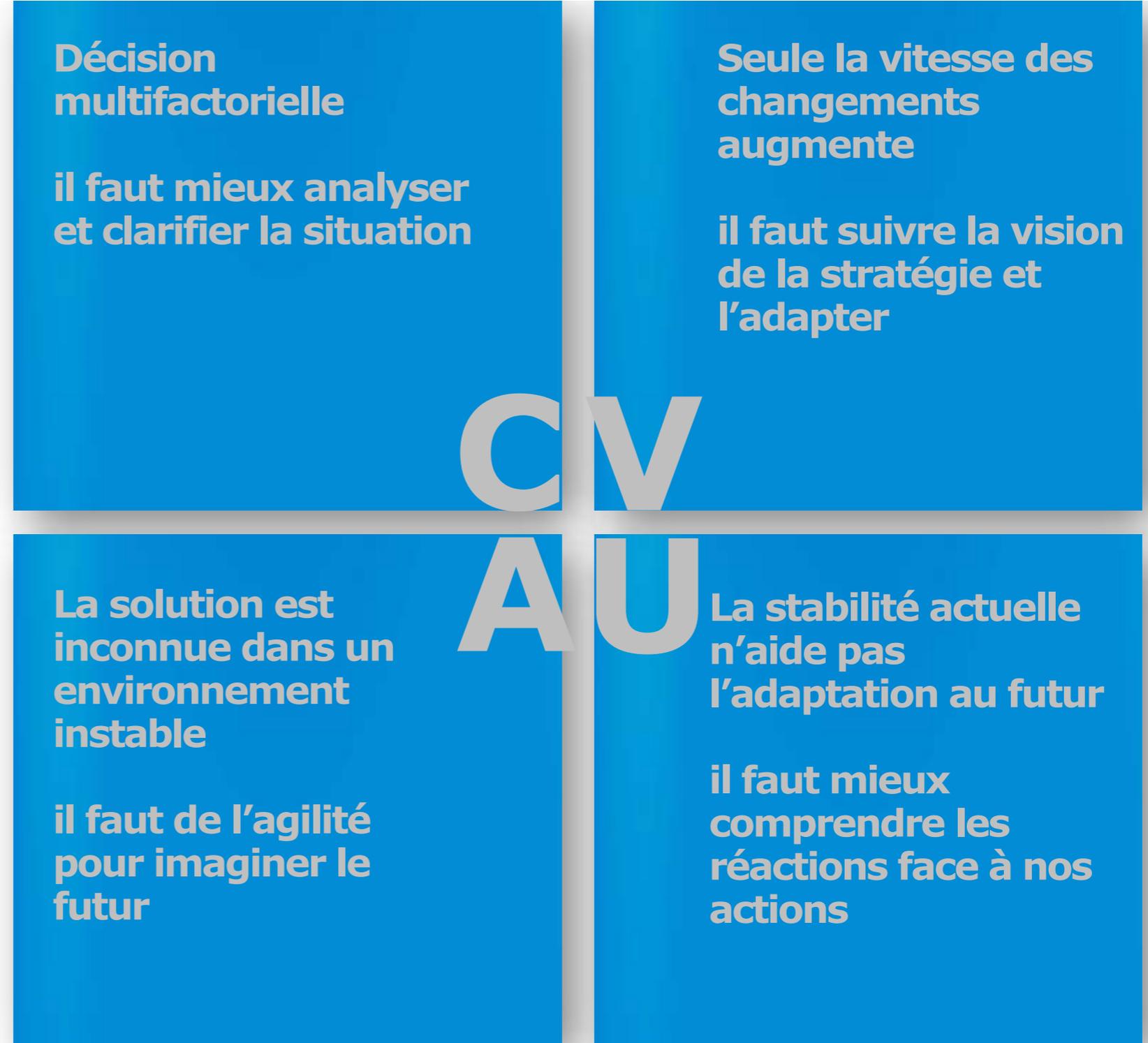
VUCA

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 stability and predictability.

UNCERTAINTY

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

COMPLEXITY

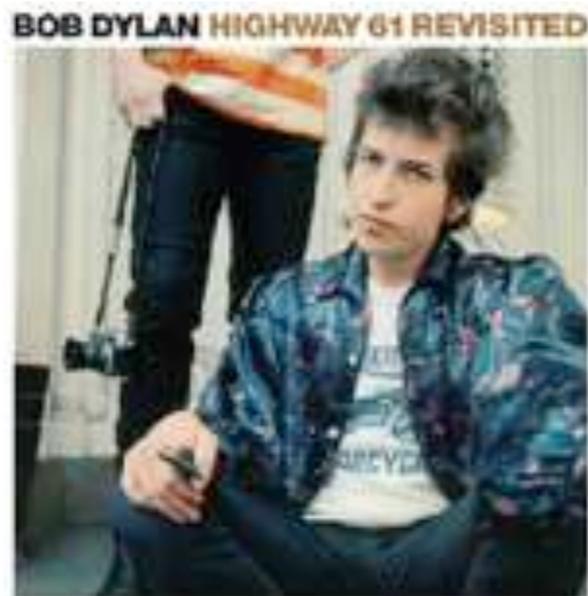
In understanding these financial markets in the era of the "new normal". The proliferation and increasing complexity of new financial instruments and regulatory to deal with increasingly complex markets, making it ways experts have never seen before.

AMBIGUITY

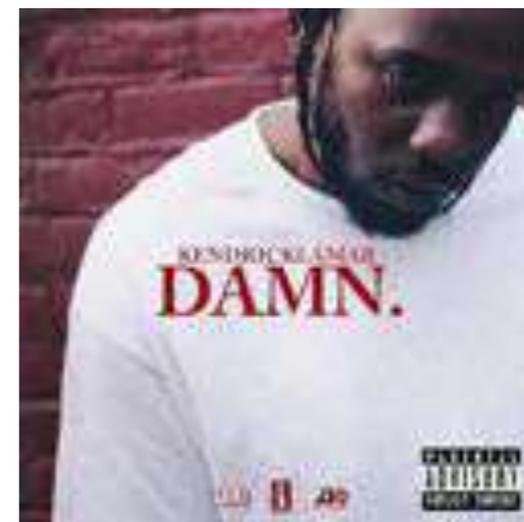
The resulting feeling: is this the great rotation from bonds to equities? Or will bond yields stay low for longer? What is the best course of action?



Bob Dylan



Kendrick Lamar



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



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

3 508 681 756 vues • 15 juil. 2012

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



Baby Shark



0:10 / 2:16



Pinkfong Kids Songs

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 CHÉRISSER

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 take a liberal to see it's time, and it's at hand. 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—our will power, leverage to make the world a better place—please consider offering your support.



Girls Rock Camp for Economists





PERVASIO

NI

“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/DC

Information Management: A Proposal

Tim Berners-Lee, CERN/DC

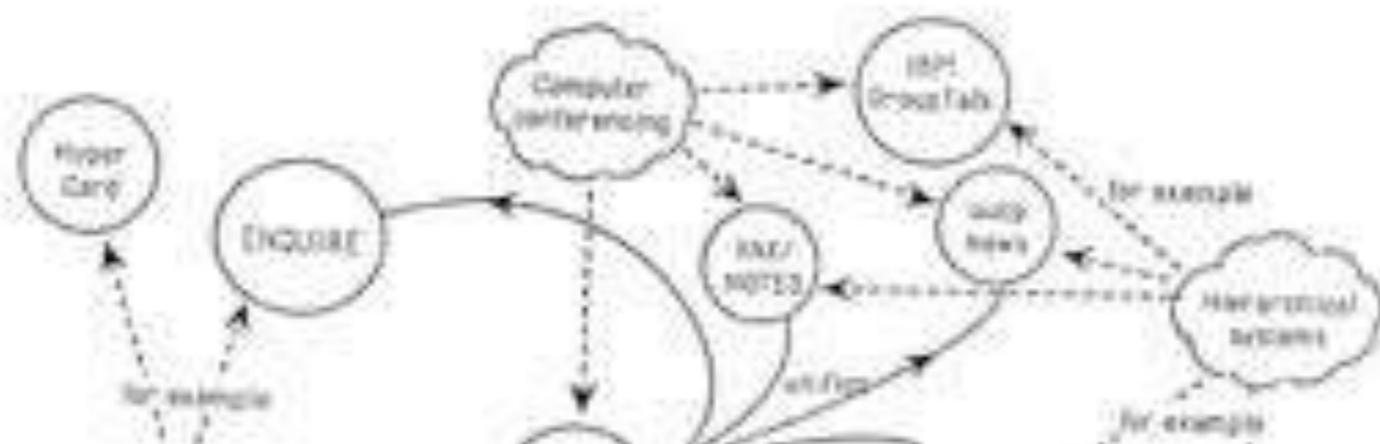
March 1989

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

NBIC

NBIC

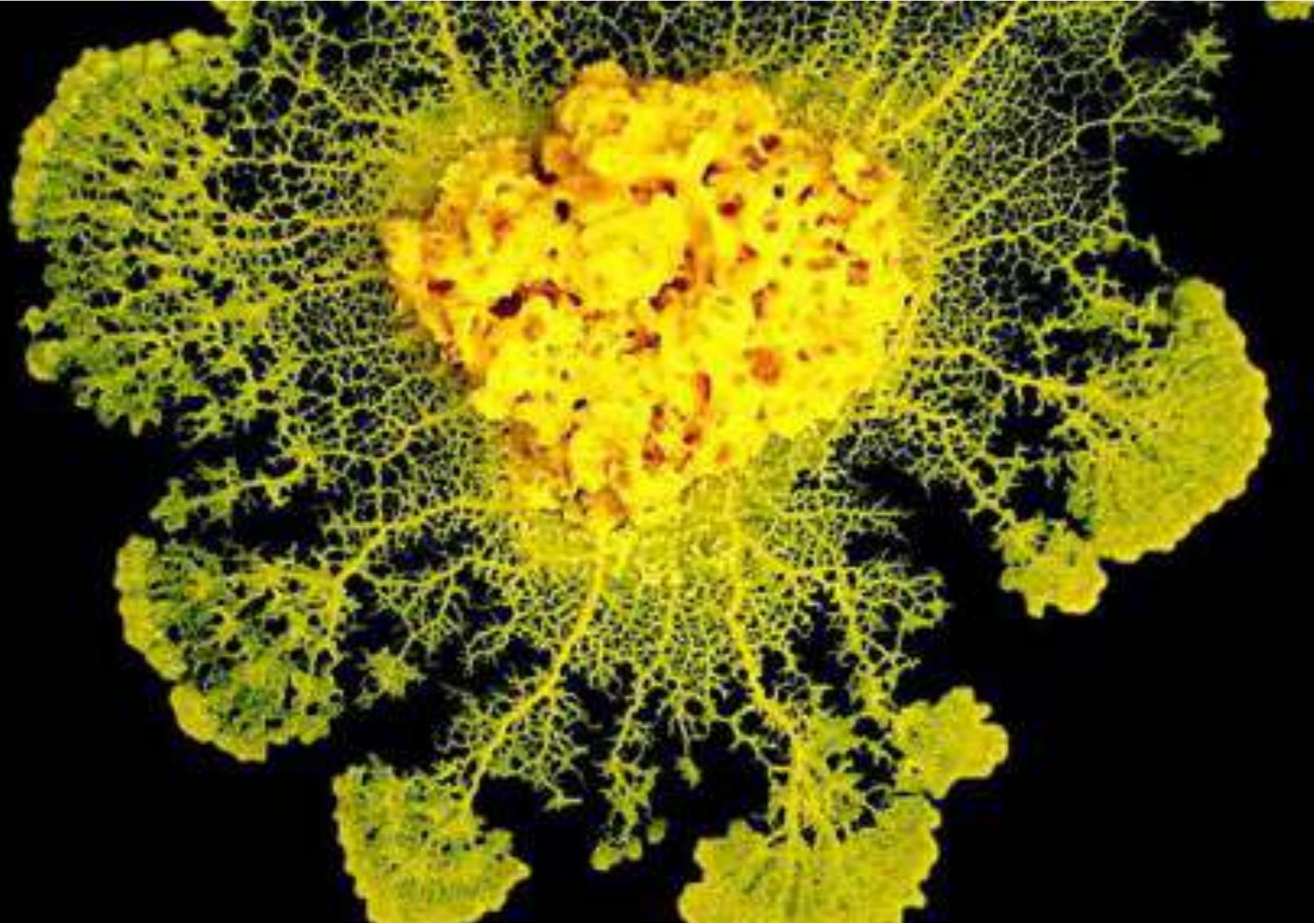
Nano (techno, matériaux, graphène, H)

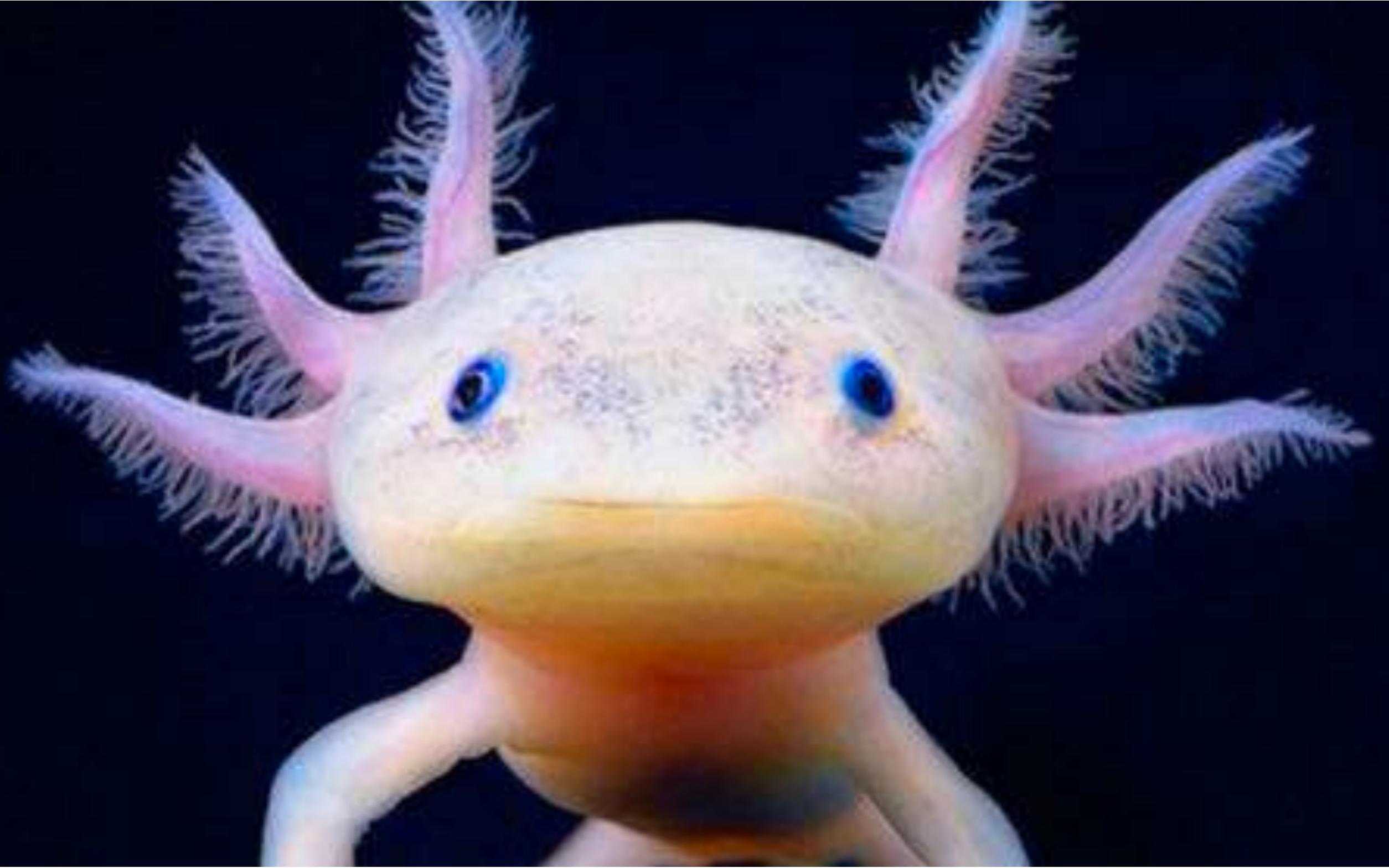
Bio (techno, mimétisme, blob, axolotl)

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

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







Le graphène, un matériau miracle

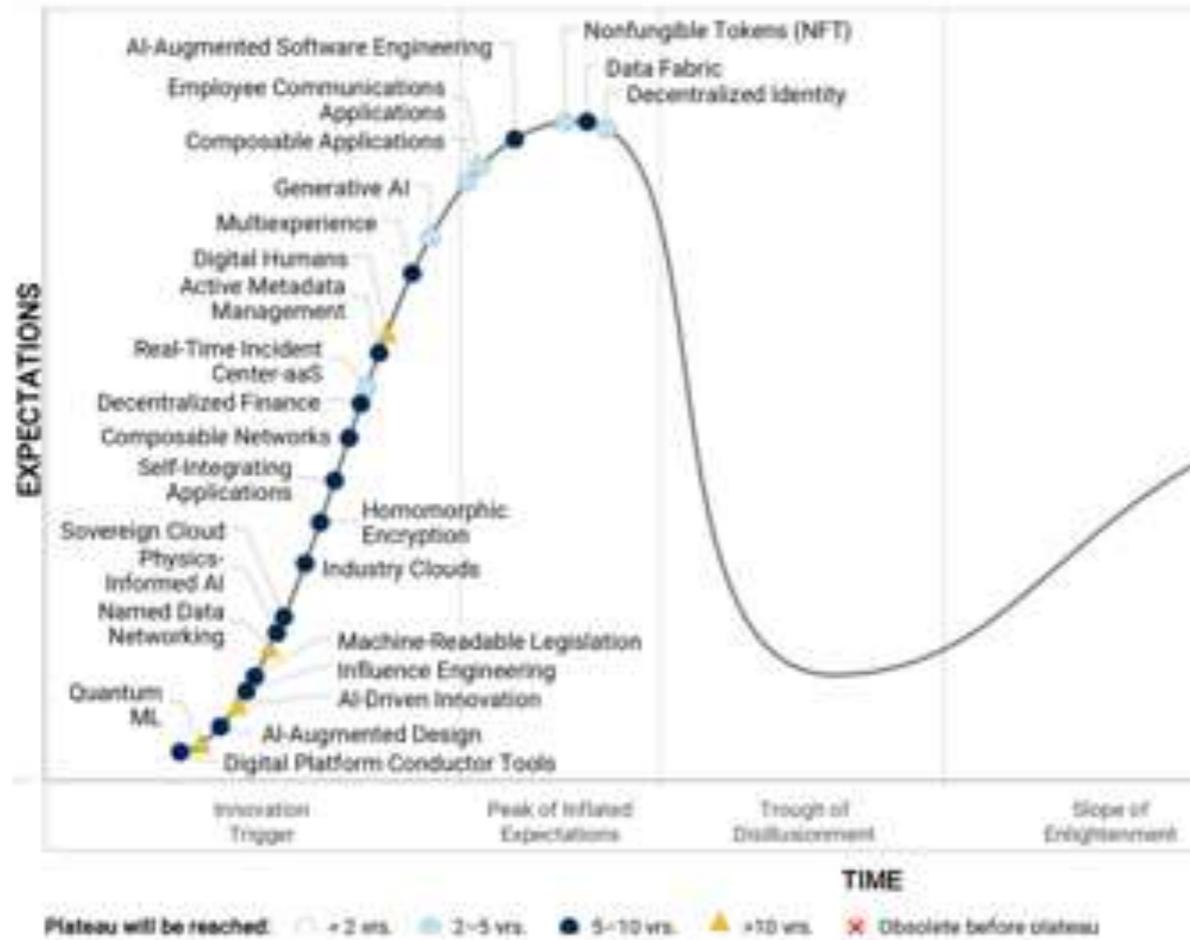
Des travaux en laboratoire montrent que des transistors en graphène sont potentiellement capables de détrôner les transistors en silicium, ouvrant la voie à des ordinateurs plus performants car plus rapides et plus petits. Étant pratiquement transparent et aussi bon conducteur que le cuivre, le graphène 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

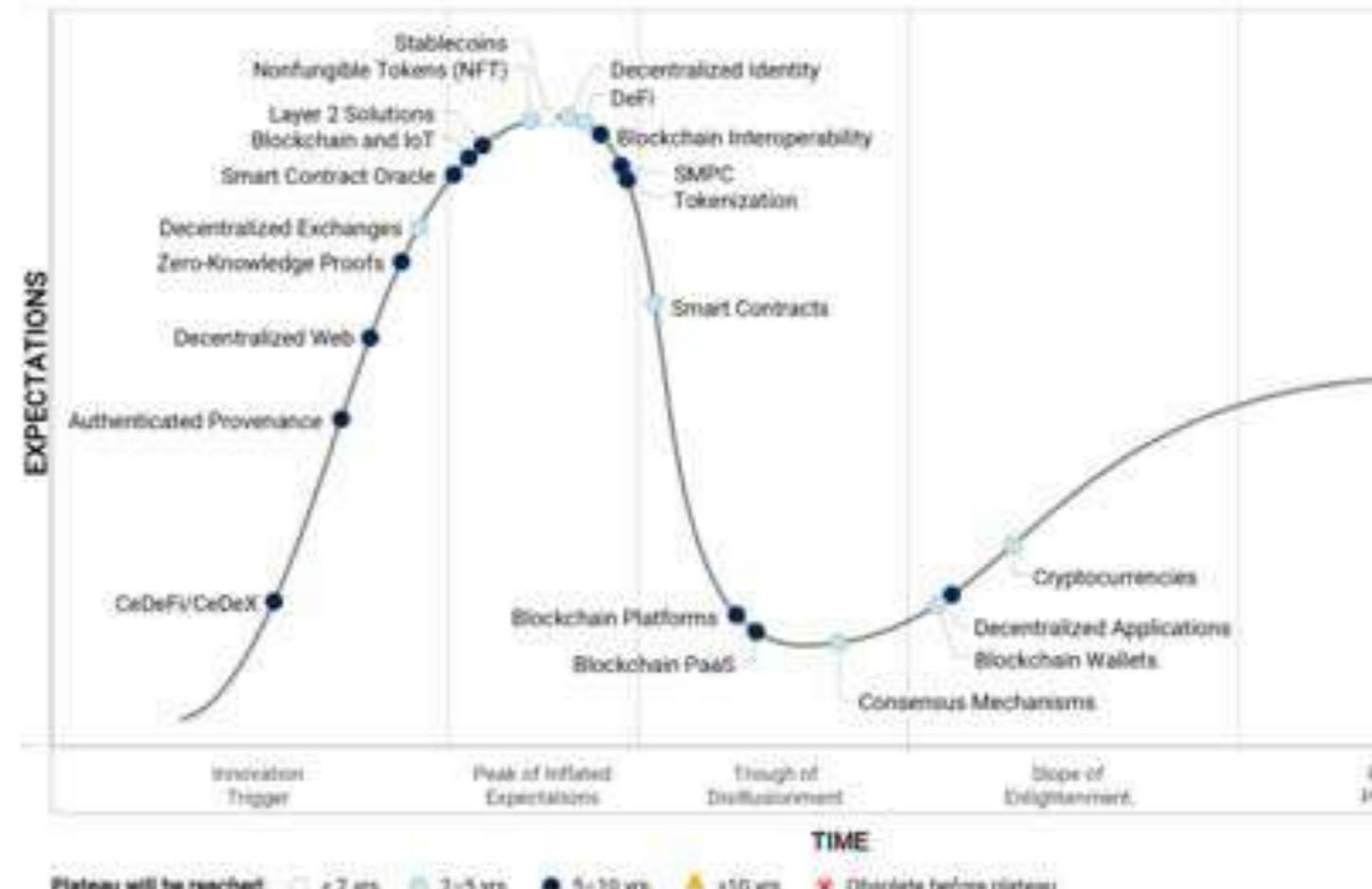
Hype Cycle for Emerging Technologies, 2021



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

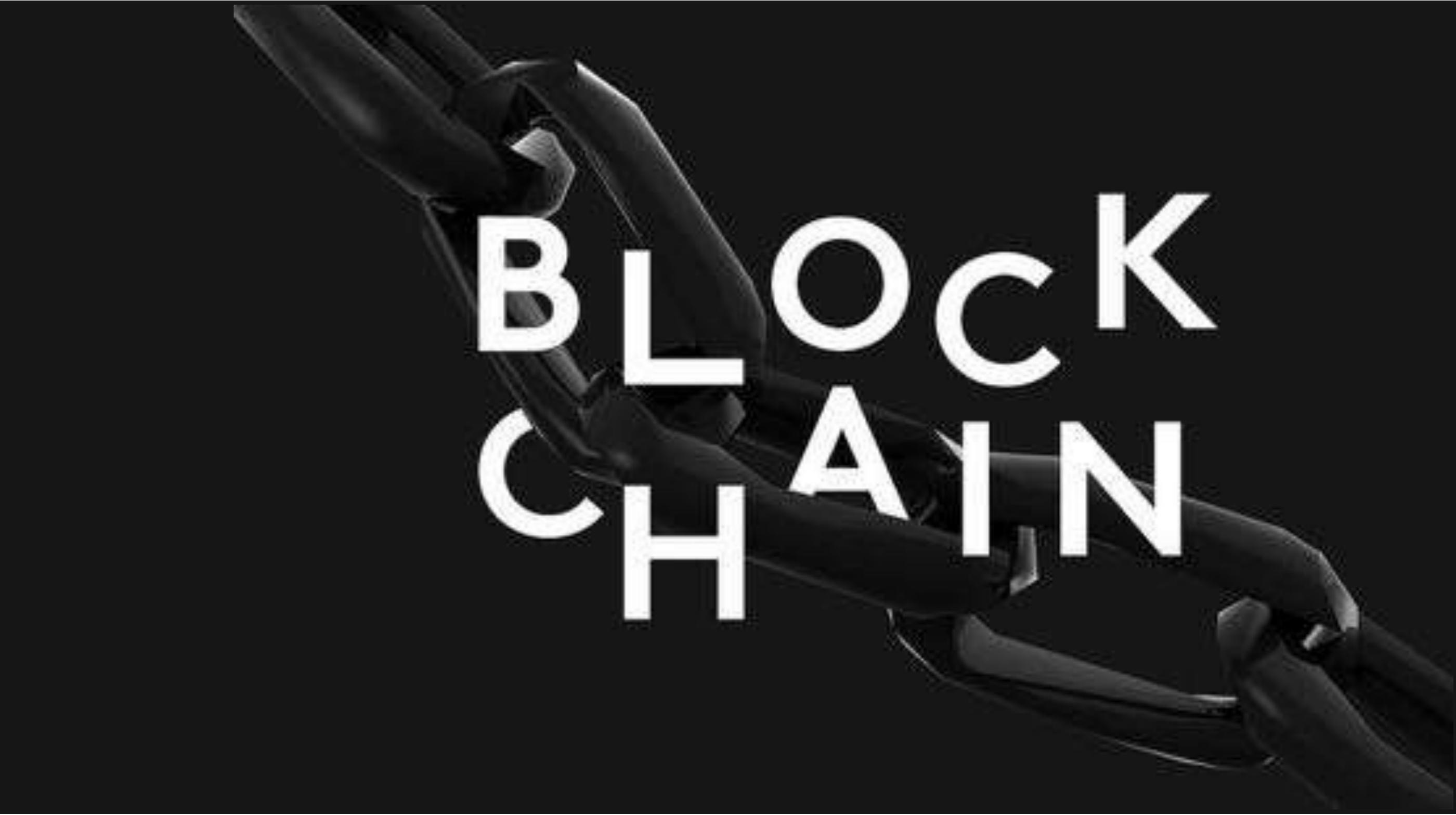




diem



TikTok
@leopoldo.cruje

A black and white image featuring a heavy metal chain. The chain is composed of several large, dark links, with some showing the internal structure of the links. The chain is positioned diagonally across the frame. Overlaid on the chain in the center is the text "BLOCKCHAIN" in a bold, white, sans-serif font. The word "BLOCK" is on the top line, and "CHAIN" is on the bottom line. The letters are slightly shadowed, giving them a three-dimensional appearance as if they are floating or attached to the chain.

**BLOCK
CHAIN**

Understand the Future, Now

Software is eating the world. Future is your guide from aBIZ 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



PUBLIC CASE

Climate Change

Curator: Yale University

[Add to My Home](#)

The Paris Agreement

The climate change deal ratified 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 wherever possible. Such an agreement would greatly

[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 23, 2021, 4:00 AM

Global Centre for Security Sector Governance (GCSS)

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

Wed, September 22, 2021, 6:00 PM

Pew Research Center

What are blue carbon credits and how to maximise their impact

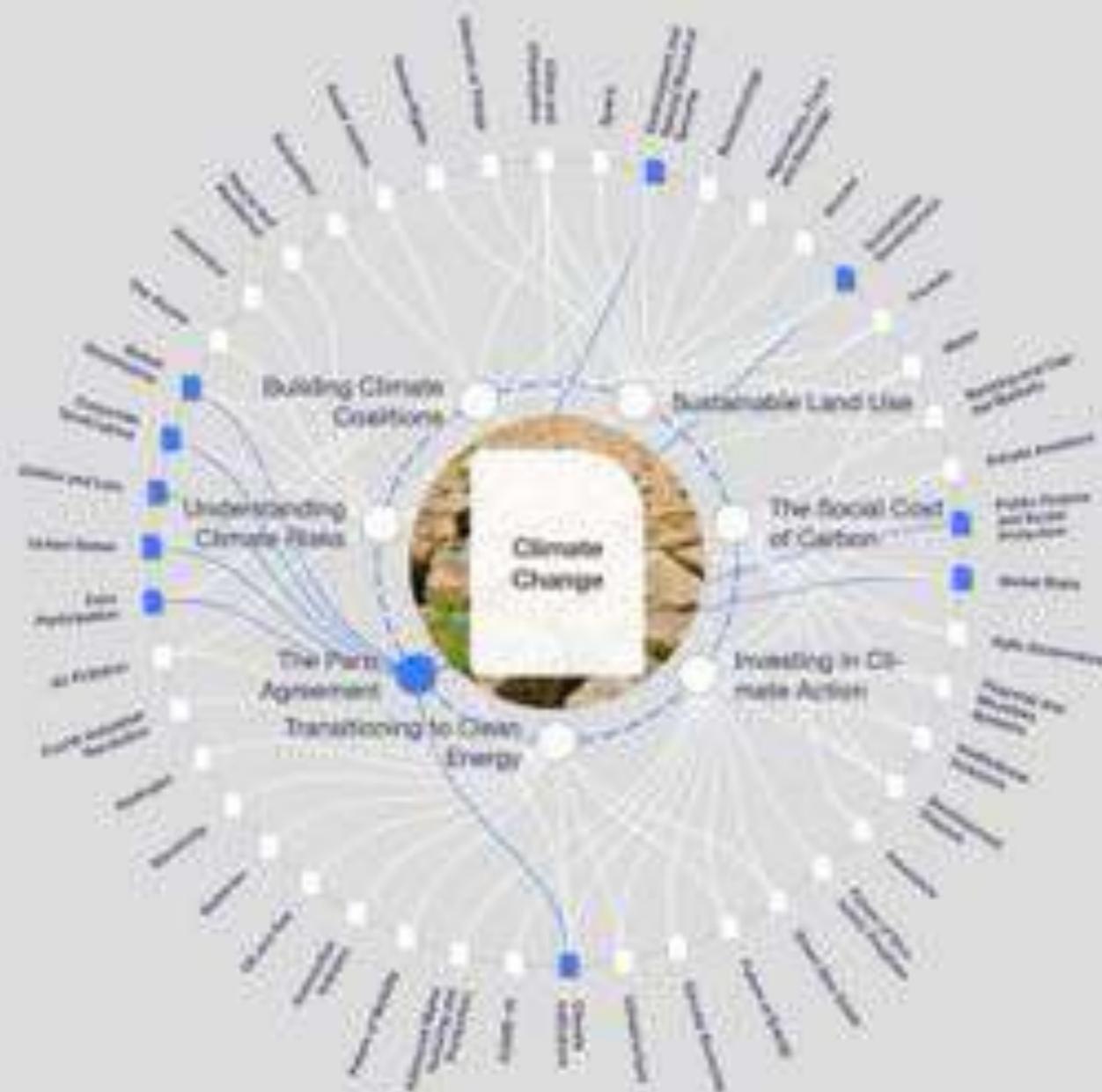
Tue, September 21, 2021, 4:00 PM

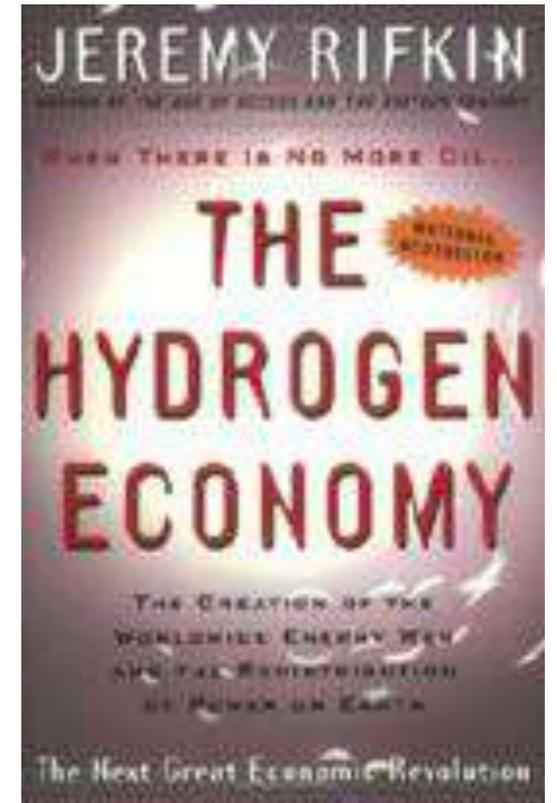
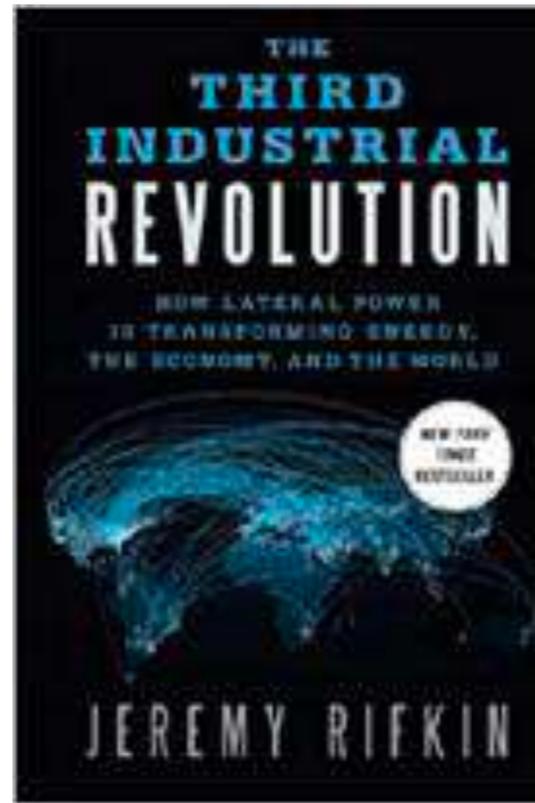
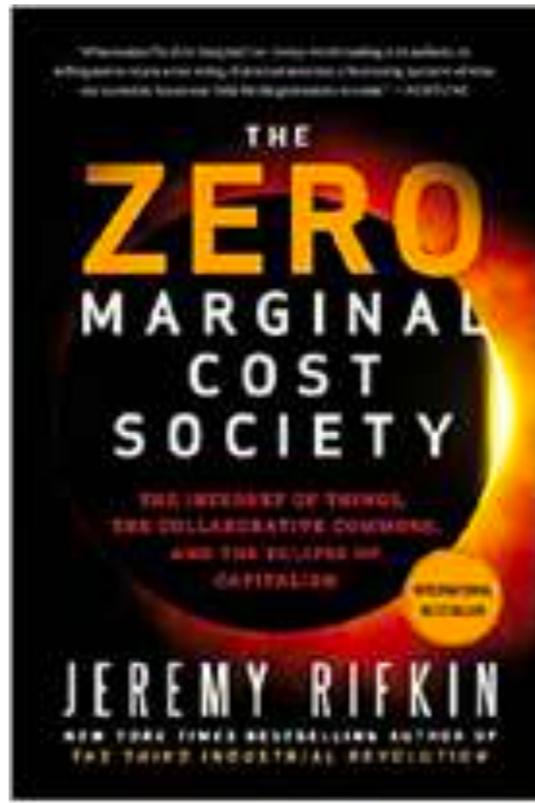
World Economic Forum

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

Tue, September 21, 2021, 4:00 PM

Centre 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

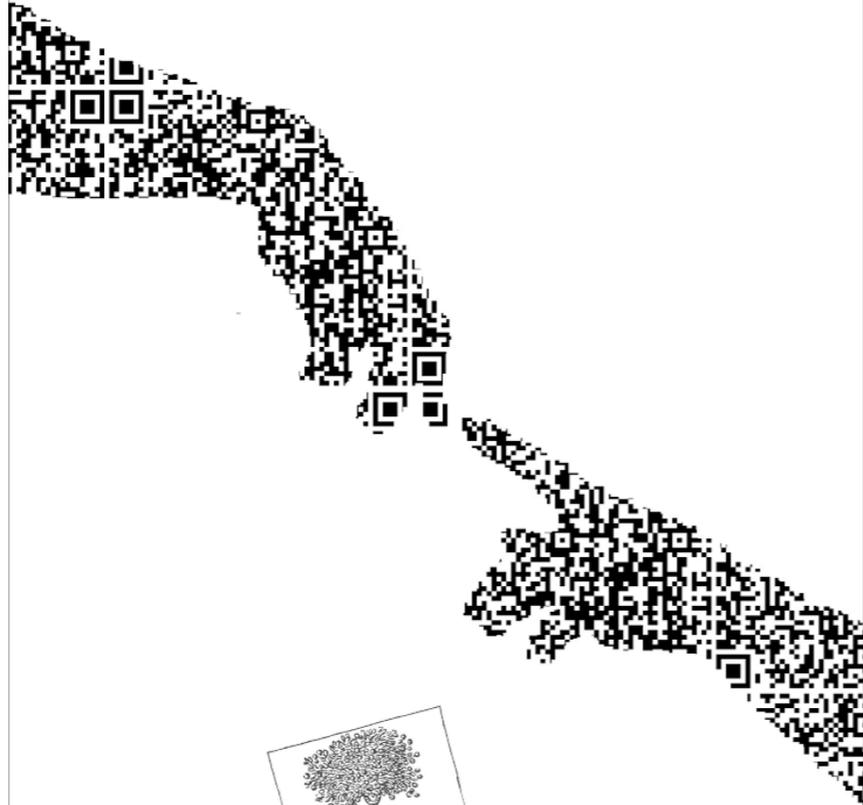
CCI GRENOBLE

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

une école
 CCI GRENOBLE

AGRI...

INDUSTRIALISATION

TERTIARISATION

DIGITALISATION

THE NEXT BIG THING



**GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT**
TECHNOLOGY & INNOVATION

une école

 CCI GRENOBLE



Gutenberg



Zuckerberg Sandberg





THIS IS **my** YOUTUBE

Find out what the U.K. loves to watch

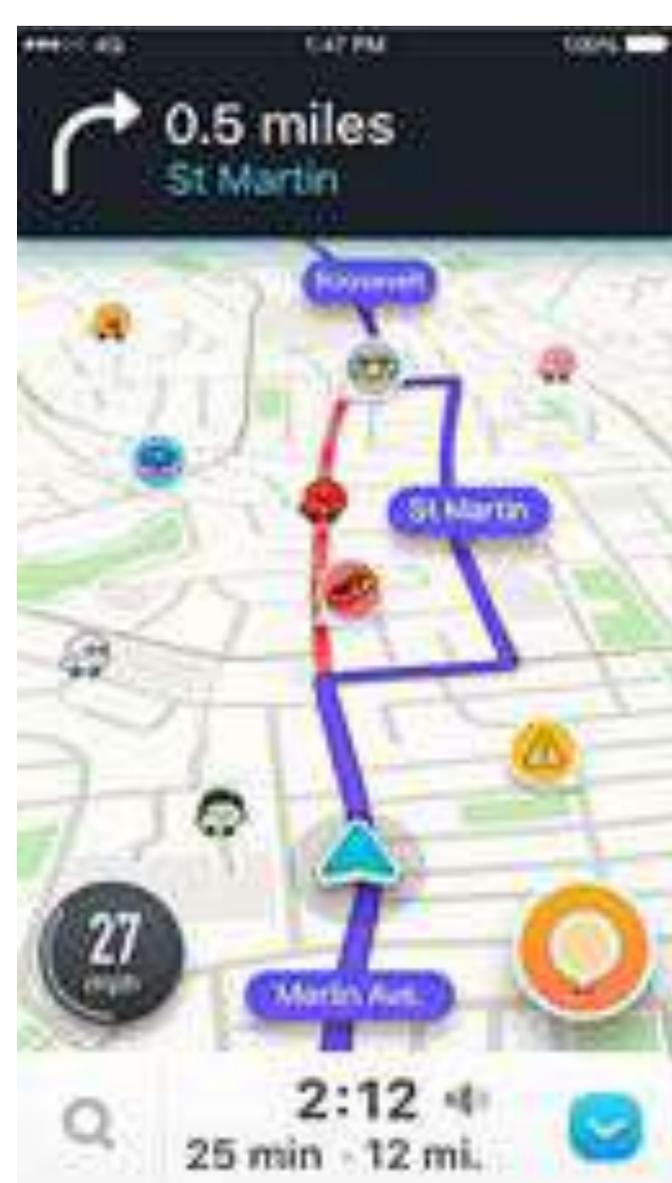
[▶ WATCH THE EPISODE](#)



51% of viewers say they bought a product after seeing it on YouTube.

Understand how your brand can drive more demand and action with video.





JEAN-LOUIS
MISSIKA
PIERRE
MUSSEAU

Des robots dans la ville

Tallandier

COMMENT
LES VOITURES AUTONOMES
VONT CHANGER
NOS VIES

airbnb
la ville ubérisée
ian brossat





Vos plats préférés, livrés avec Uber

📍 Saisissez l'adresse de livraison

Voir les restaurants

Paris - Livraison de repas



OFFICIAL SELECTION 2018
sundance
Festival

**/the
social
dilemma**



arte

Preface

ZERO TO ONE

EVERY MOMENT IN BUSINESS happens only once. The next Bill Gates will not build an operating system. The next Larry Page or Sergey Brin won't make a search engine. And the next Mark Zuckerberg won't create a social network. If you are copying these guys, you aren't learning from them.

Of course, it's easier to copy a model than to make something new. Doing what we already know how to do takes the world from 1 to *n*, adding more of something familiar. But every time we create something new, we go from 0 to 1. The act of creation is singular, as is the moment of creation, and the result is something fresh and strange.

THE INTERNATIONAL BESTSELLER

ZERO

TO

ONE

NOTES ON STARTUPS,

OR

HOW TO BUILD THE FUTURE

PETER THIEL
WITH BLAKE MASTERS

"That rare thing: it concisely, thought-provokingly
looks at entrepreneurship." THE TIMES

2012-2014
Peter Thiel
PayPal
FB, spaceX, LinkedIn

Les **3** étapes de toute

Innovation / rupture / révolution

1 Utopiste / étrange / ridicule

2 Impossible / dangereux

3 Évident / simple

Thiel / Aberkane

Ridicule

Dangereux

Évident

délai

délai



Hubert Kratiroff

CDO at C4C, MyConnecting





WeChat



Hubert Kratiroff 

France



Scan the QR code to add me on WeChat



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

31.45 | 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 1%.

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% score and more



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



PLATFORM

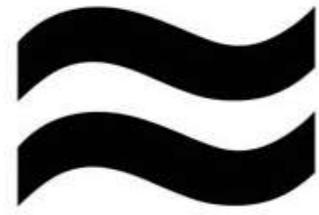
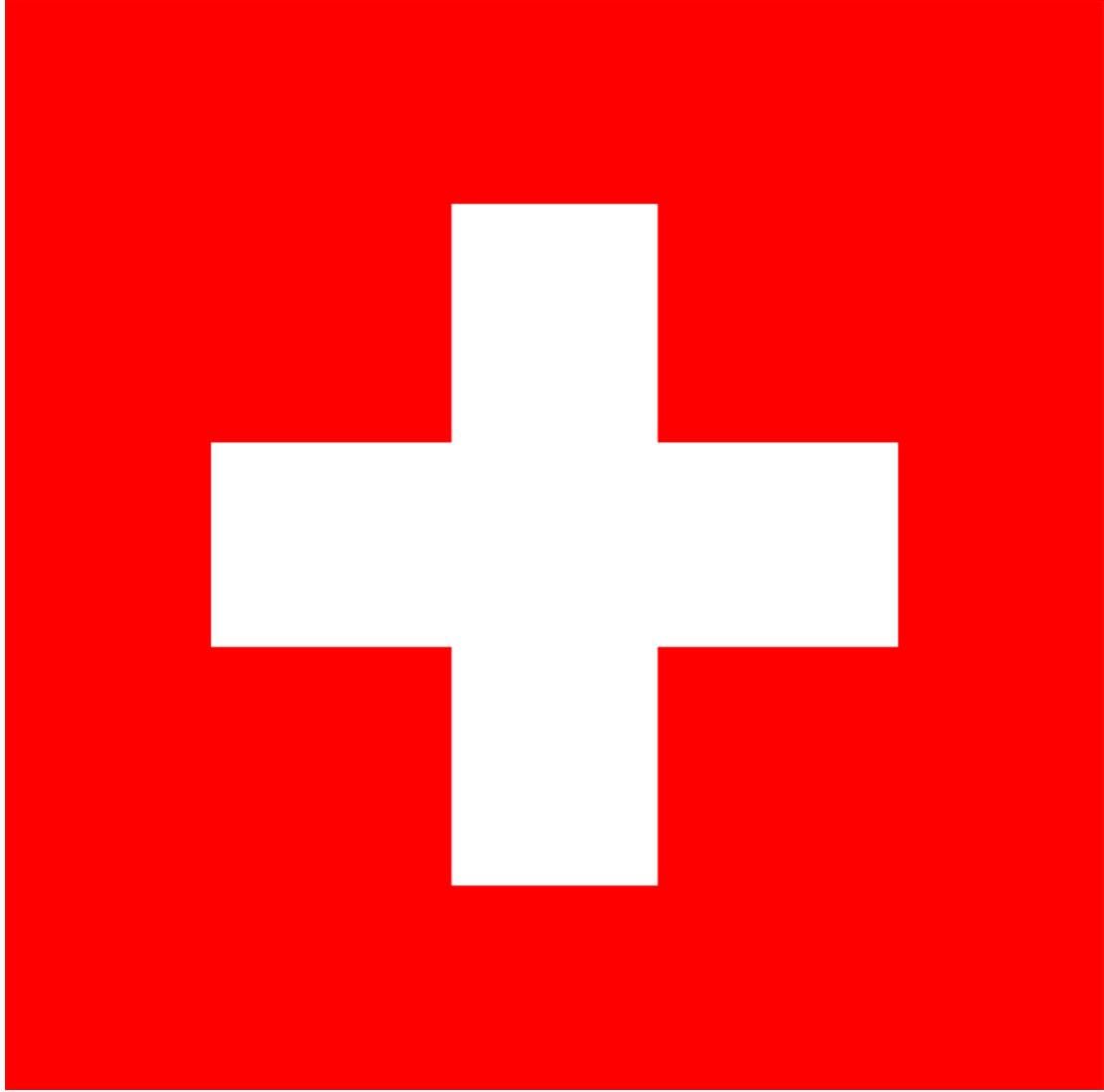
servicisation
disruption
uberisation
tycoonisation
platformisation

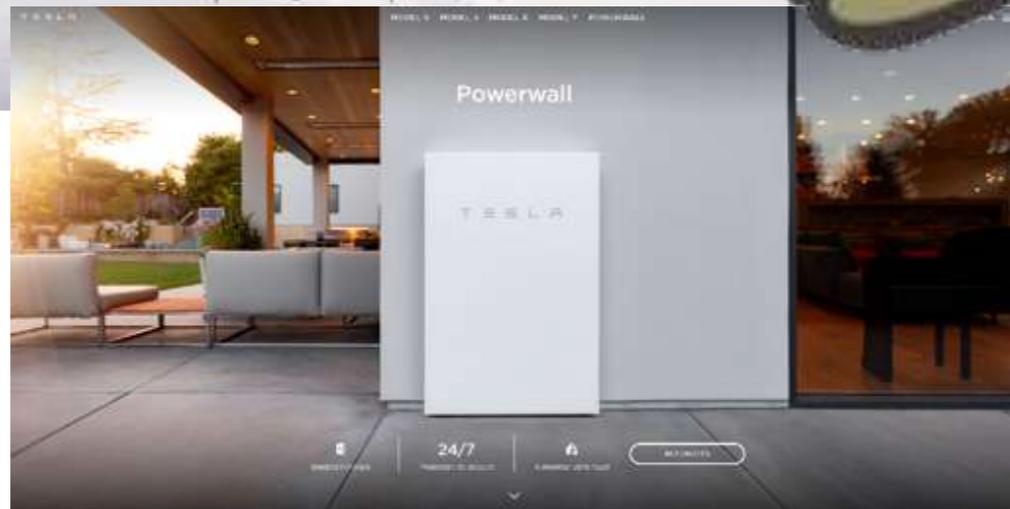
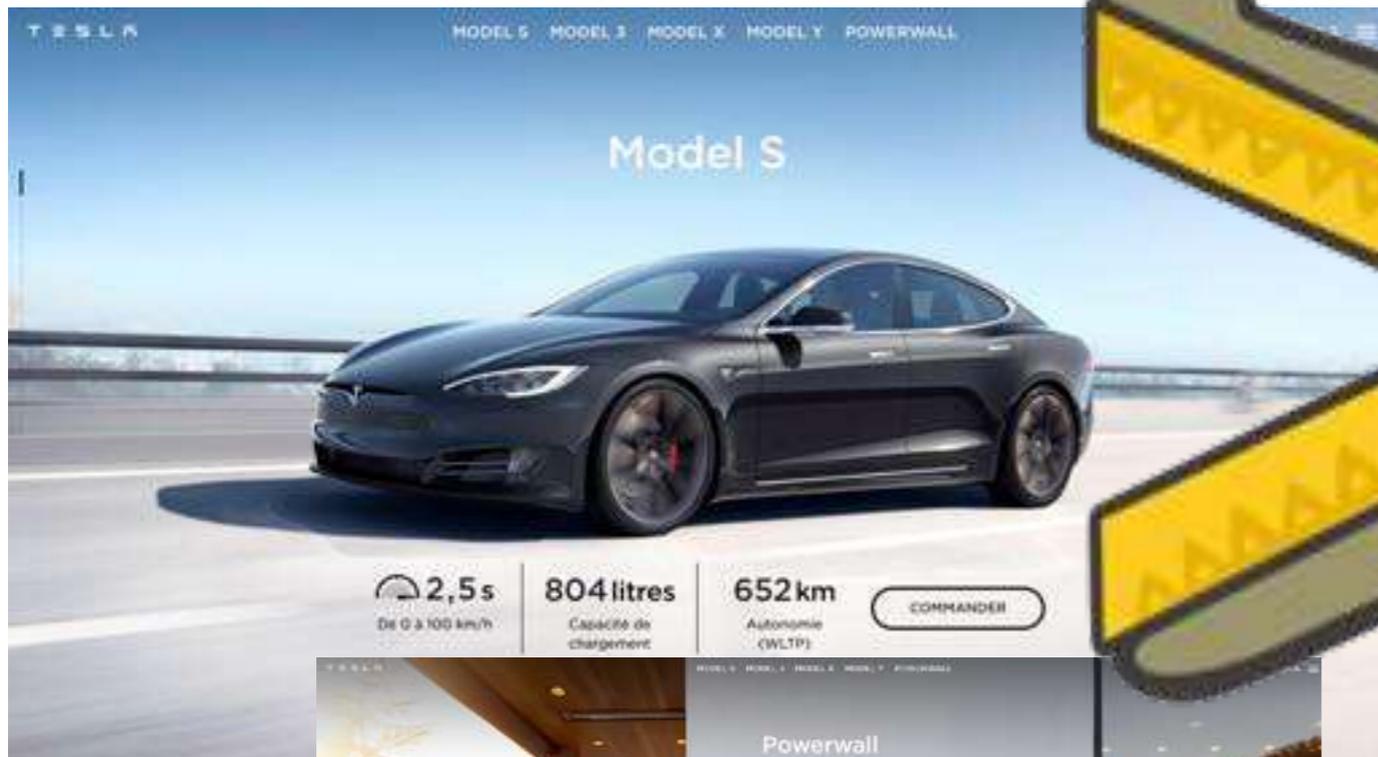
Nouveaux Business Modèles



ROLEX









Market capitalization of Zoom Video Communications vs. the 15 biggest airlines



Notes: Airlines selected based on # of passengers transported in 2019; market cap as of Oct. 26, 2020
 Source: Lufthansa Innovation Hub, TWNT.com, Yahoo Finance

NETFLIX



Disney





Ranking	Banking Group	Market Capitalisation (USD bn)
1	JP Morgan	388
2	ICBC	330
3	Bank of America	315
4	China Construction Bank	270
5	Wells Fargo	268
6	HSBC	198
7	Agricultural Bank of China	200
8	Citi	183
9	Bank of China	180
10	Ant Financial	150
11	China Merchant Bank	122
12	Royal Bank of Canada	114
13	Santander	100
14	BNP Paribas	90
15	Goldman Sachs	91
16	Sberbank	84
17	Unicredit	50
18	Barclays	47



XXX

AAS

APP

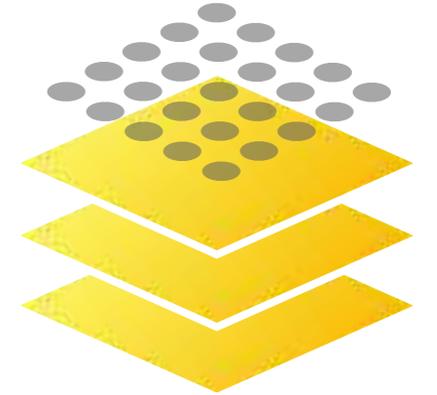
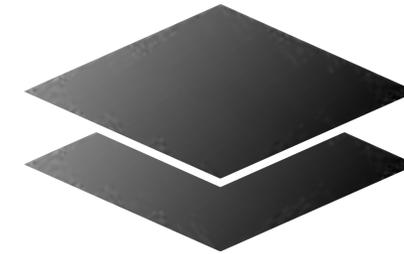
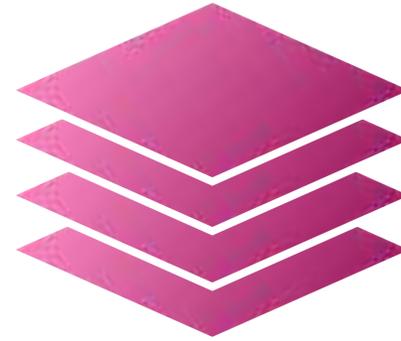
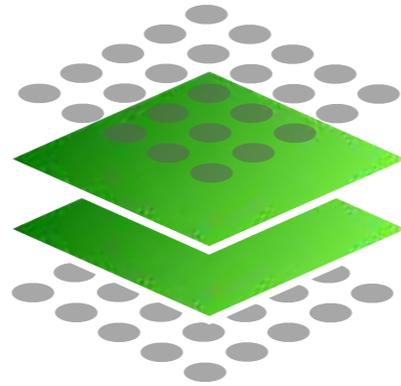
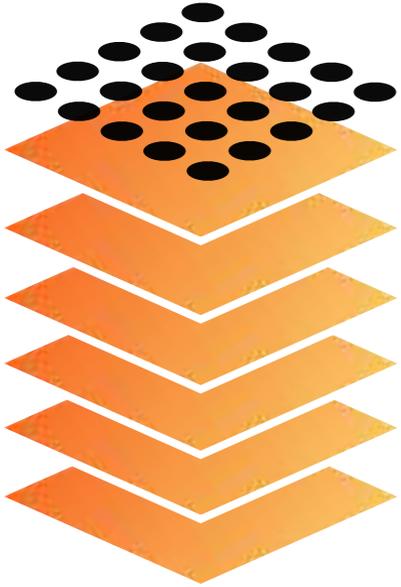
SOFT

USER

ADV

TRUST

DATA



PaaS
platform as a service

PLATEFORME VOCALE

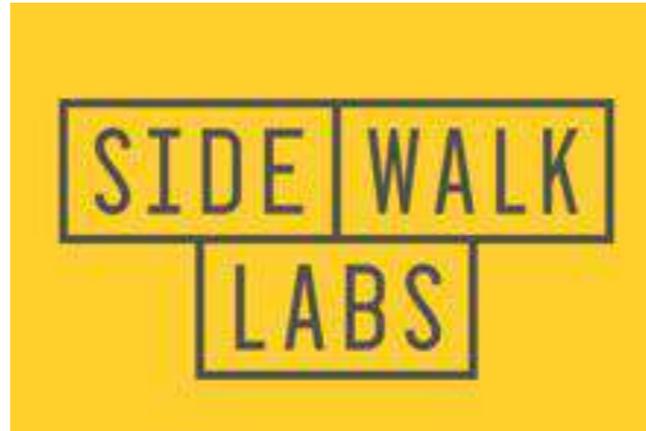


PLATEFORME DOMOTIQUE

somfy.



PLATEFORME SMART CITY



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

aero

wine

water

gov

ag

travel

food

legal

civic

culture

TECH

insur

mar

med

prop

green

fin

sleep

cal

ad

ed

deep

wikinomics

GIG

thingonomics (IOT)

blue

expectation

evonomics

new

micro

sha | ring

macro

offre

economy

gift

neuro

platform

nudge

barter

collaborative

attention

comportementale

market

intelligence

model

law

funding

sha | ring

power

crowd

marketing

open

innovation

lending

collaboration

sourcing



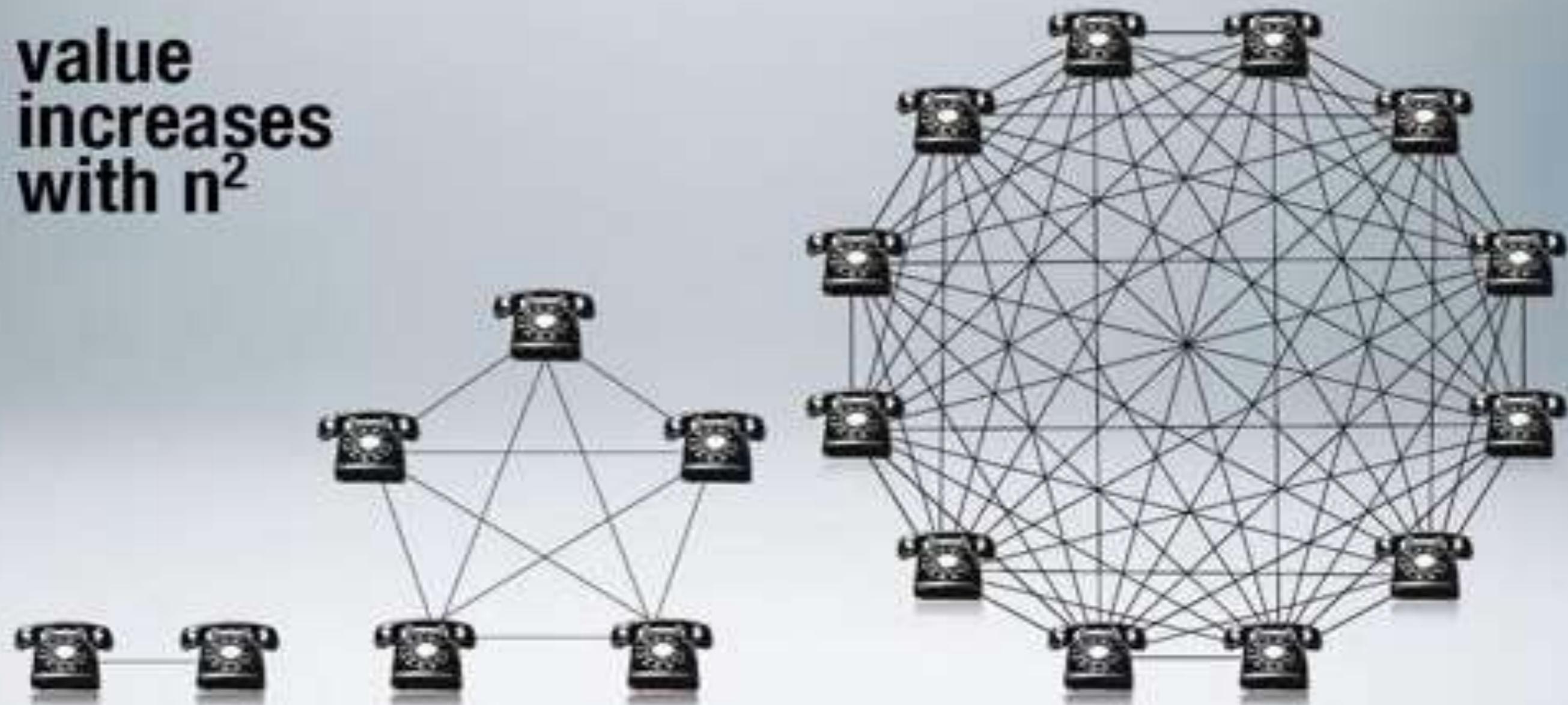
musical.ly



TikTok

METCALFE'S LAW

value
increases
with n^2



"When you're done reading, you're not only a student of
a discipline, you're also a citizen of a community, a member of a
world that's been shaped by the ideas you've read." —ACQUARO

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

effet matthieu

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



AU MILIEU DU MONDE

Michel Houellebecq

Plateforme

712000

Flammarion

G A F A

G A F A

Google* Amazon Facebook* Apple

M S T

Microsoft Salesforce Twitter

N A T U

Netflix Airbnb Tesla Uber

B E Y

Booking Expedia Yandex

B A T X

Baidu Alibaba Tencent Xiaomi

B D H H

Bytedance DJI Hikvision Huawei

* Alphabet Meta

Qui disrupte

les

BATXBDH ?

La
FRENCH TECH
NEXT40



La
FRENCH TECH
FT120





Les critères du FT120 sont perfectibles parce que l'écosystème French Tech est extraordinairement divers*, selon Kat Borlongan



Kat Borlongan

Entrepreneuse

Katherine Borlongan, dit Kat Borlongan, née le 30 janvier 1983 à Manille, est une consultante en innovation et une entrepreneuse française, directrice de la Mission French Tech depuis 2018.
[Wikipédia](#)

Date et lieu de naissance : 30 janvier 1983 (Âge: 37 ans), [Manille](#), [Philippines](#)



Welcome
Clara Chappaz

NOUVELLE DIRECTRICE DE LA MISSION FRENCH TECH



DNMB





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**

La philosophie marketing

Philosophie

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

consumer focus

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

Digital Marketing

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)**

Taxinomie



Taxinomie



UX

physique

web

mobile

sociale

metavers

face à face

téléphone

web1 2

web3

in APP

push

réseaux sociaux

réseau spé

metavers marque

meta gén

Économie de l'attention

Expectation economy

économie comportementale

like

clic

engagement

RT (ReTweet)

nudge marketing

~~TIME
=
MONEY~~

“ attention

=

Money ”



économie vs. marketing
=
rationalité des agents

Amartya SEN

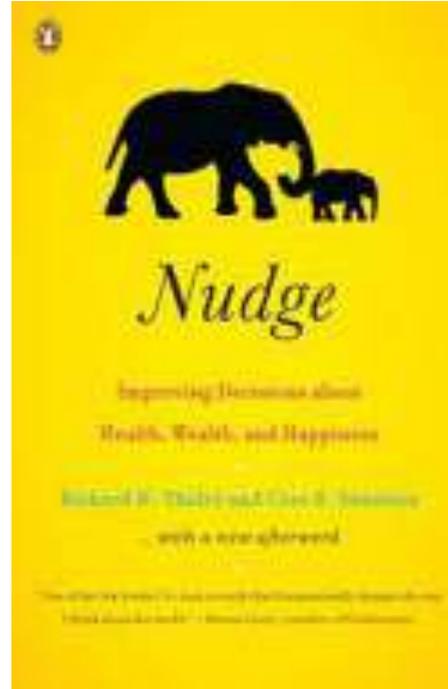
Nobel 1998 pour IDH



Richard Thaler

Nobel 2017 pour Nudge





Richard Thaler

Nobel 2017 pour Nudge

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

The tendency to like (or dislike) everything about a person—including things you have not observed—is known as the halo effect.

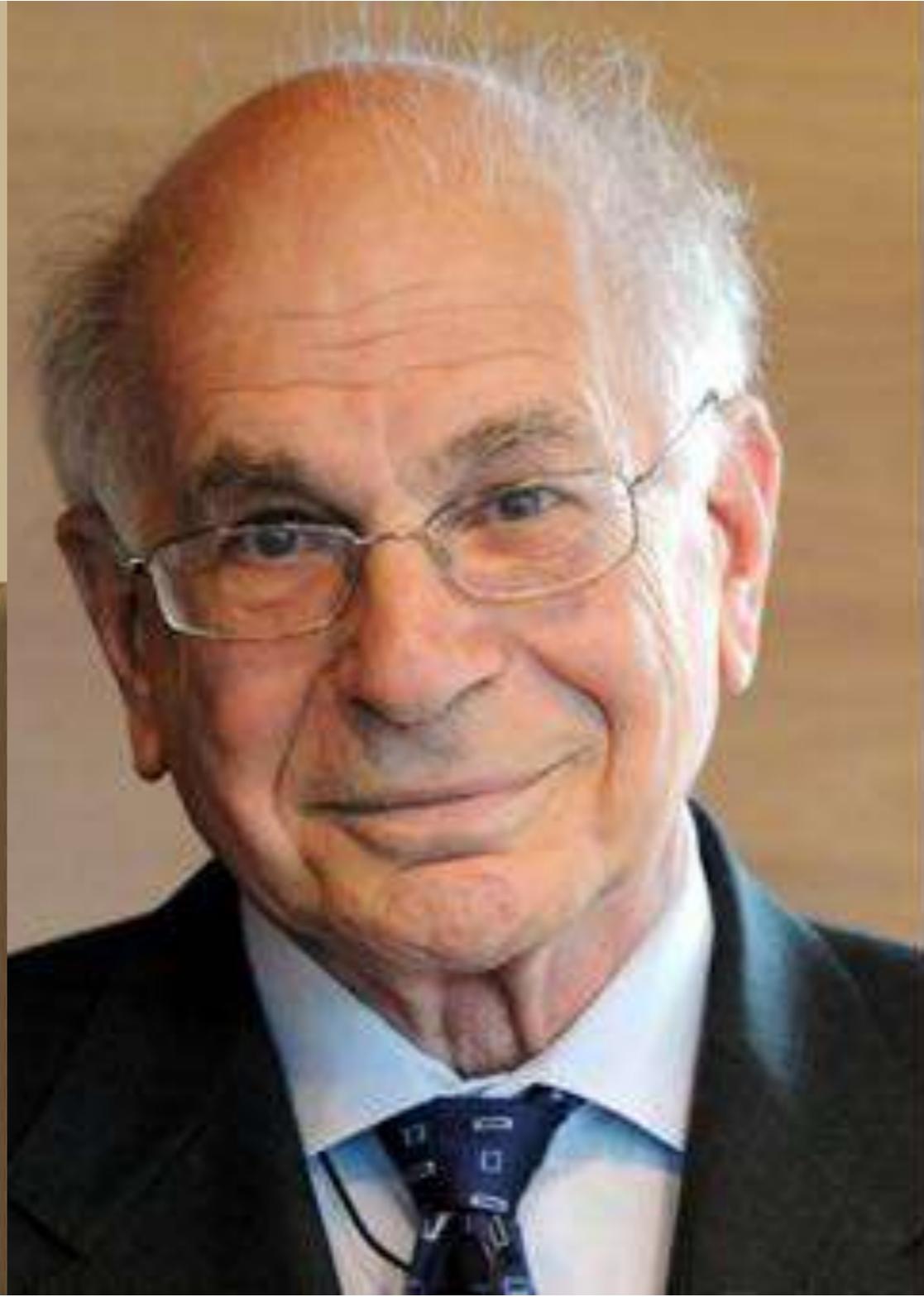
Quote from Thinking, Fast and Slow by Daniel Kahneman

THINKING,
FAST AND SLOW



DANIEL
KAHNEMAN

WINNER OF THE NOBEL PRIZE IN ECONOMICS

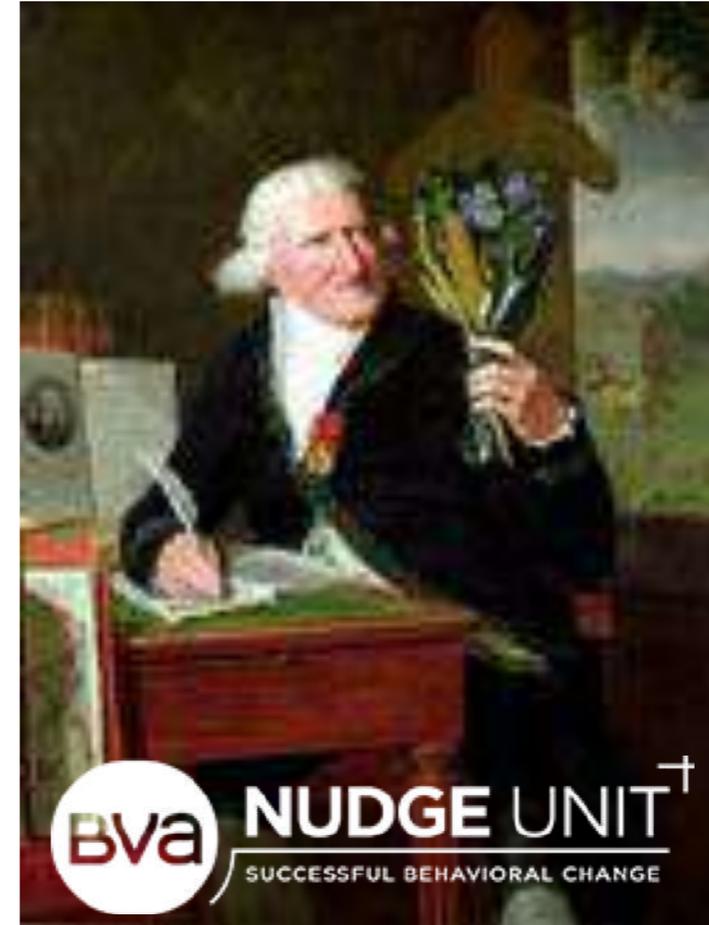
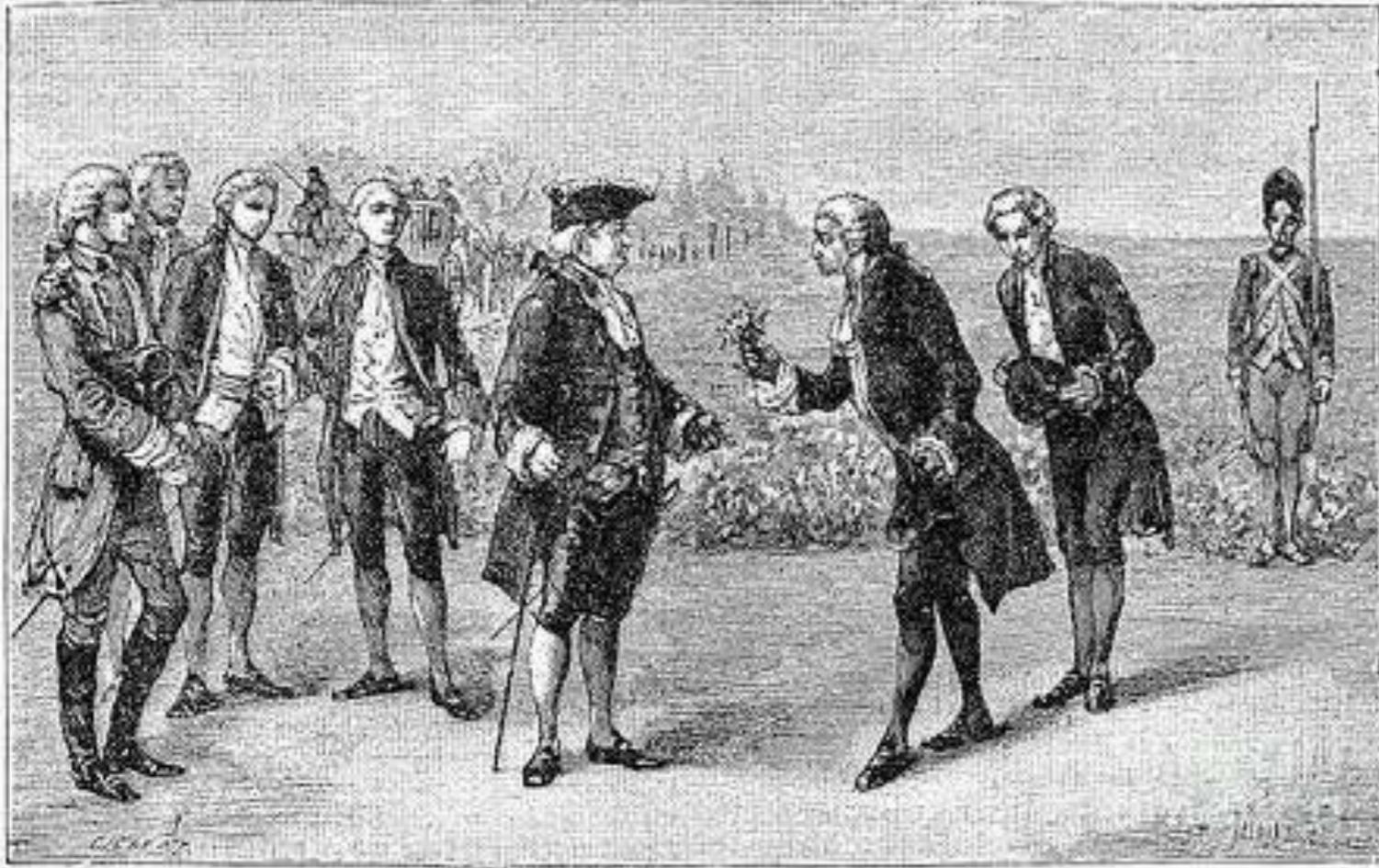


THINKING,
FAST AND SLOW



DANIEL
KAHNEMAN

WINNER OF THE NOBEL PRIZE IN ECONOMICS



1785 «Les Sablons» avec LouisXVI et Antoine Parmentier



10th Anniversary Edition

BLUE OCEAN STRATEGY

How to Create Uncontested Market Space
and Make the Competition Irrelevant

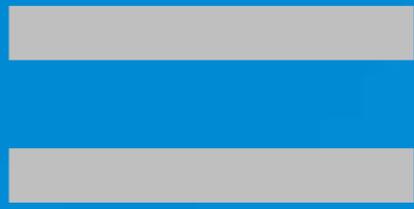
W. Chan Kim - Renée Mauborgne



Key TakeAways

ce qu'il faut retenir





Meeting
needs
profitably
in a VUCA
world



WE TIE SU S

hubertkratiroff

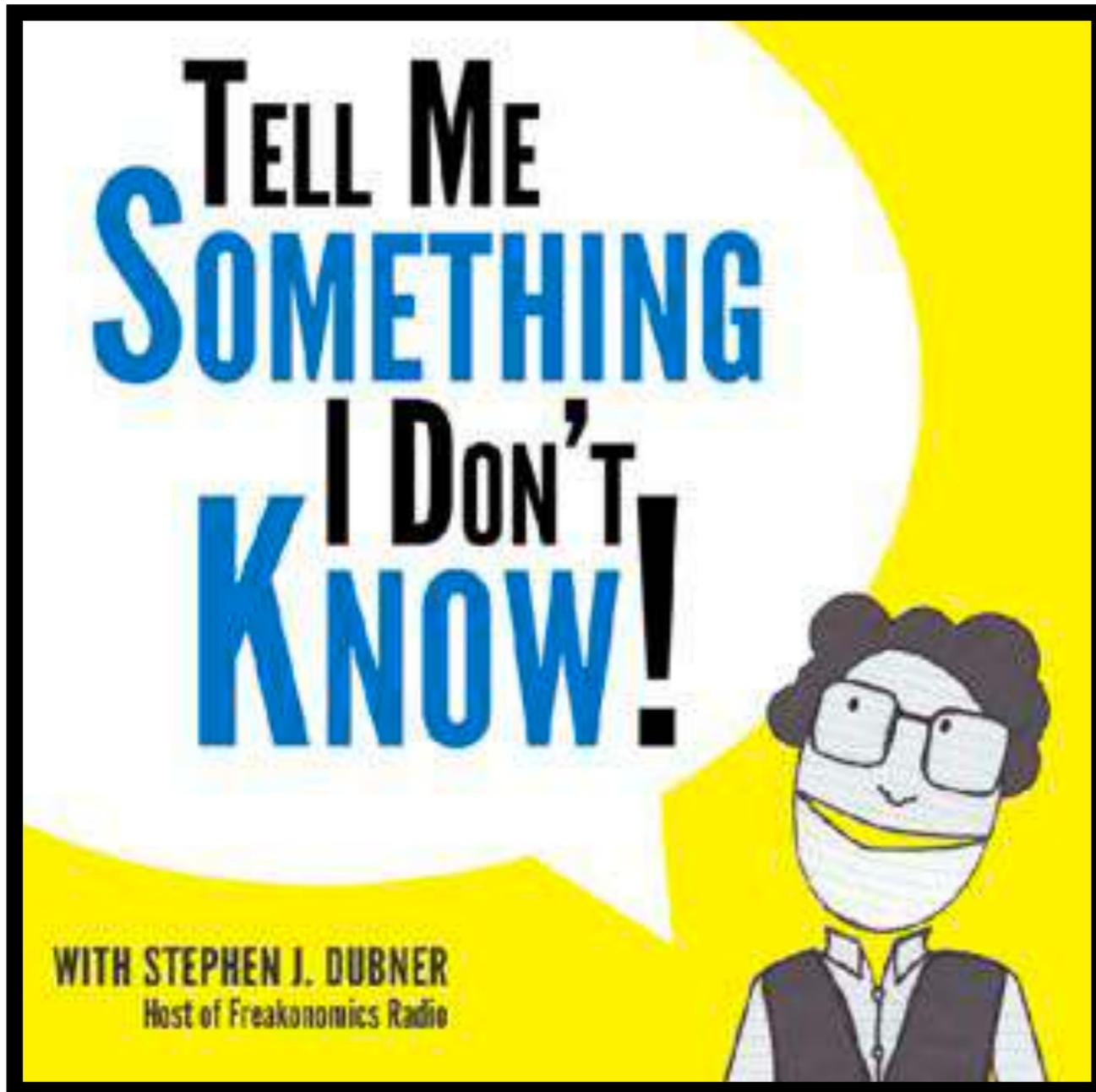
06 80 43 29 05

hubert@kratiroff.com
linkedin.com/in/kratiroff
@kratiroff



**Act
Think
Impact**



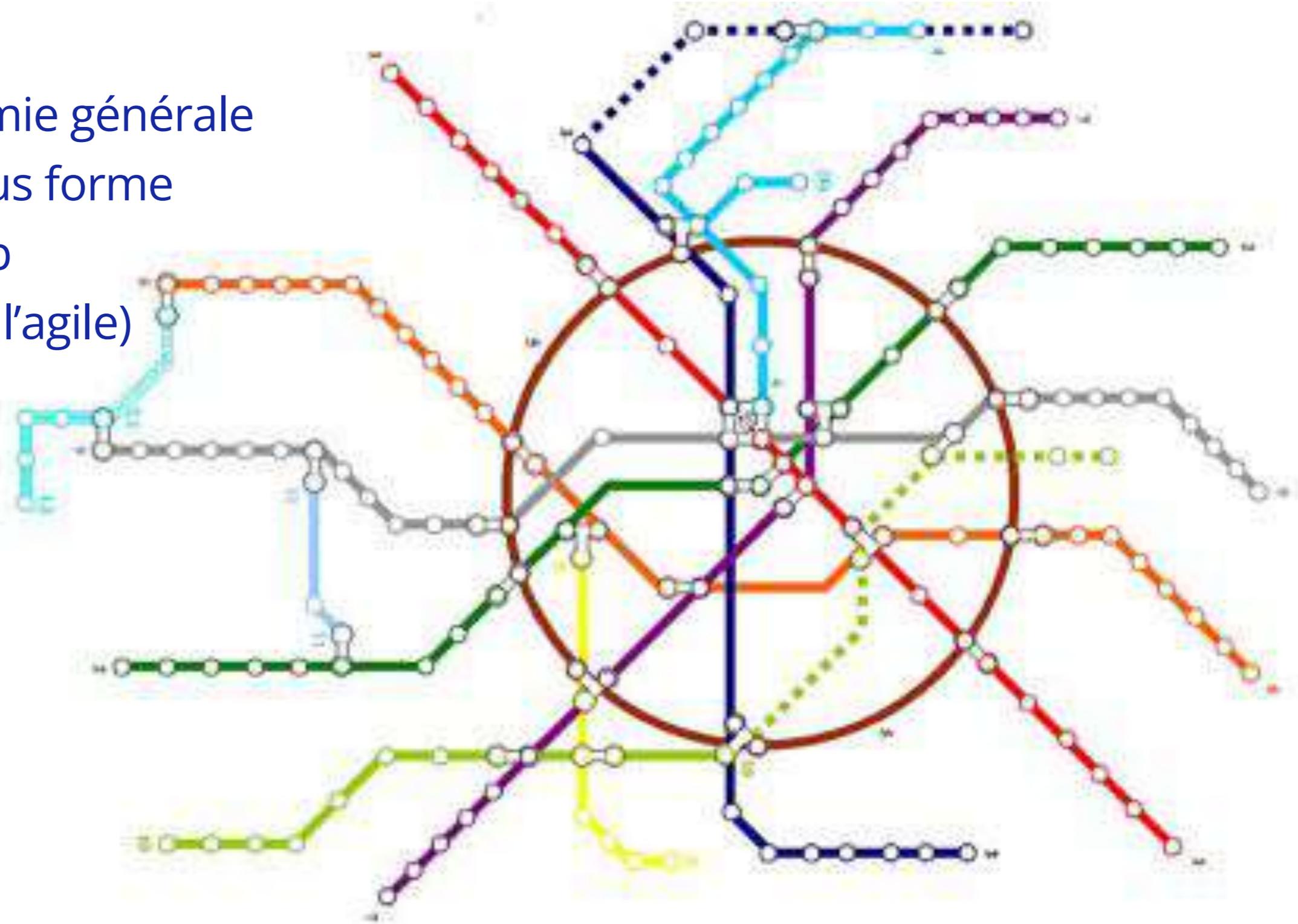


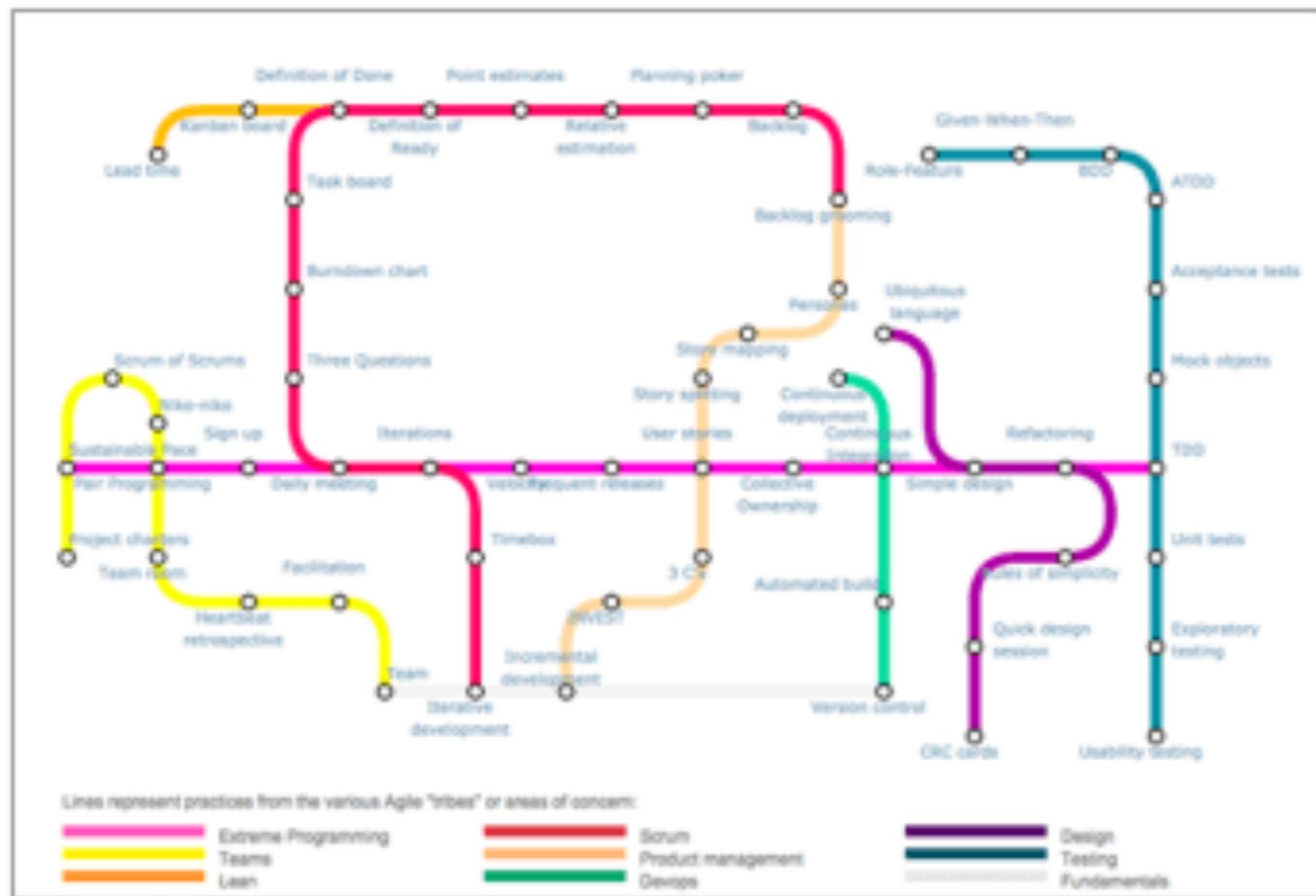
À propos du cours, des thèmes,
des sujets, de l'innovation...

VUCA d'un secteur

Taxinomie

Faire une taxinomie générale
du marketing sous forme
d'une transit map
(voir exemple de l'agile)





Le métro de l'Agile

Carte des courants et des pratiques Agiles



CHIFFRES CLÉS

SAMSUNG

50

33 000
diplômés

8 000
étudiants

7 000
participants
formation
continue / an

programmes
de formation

en France et à l'international





INTERNATIONAL STATISTIQUES



étudiants internationaux
159 nationalités dans l'école



41% des effectifs



partenaires internationaux
dans le monde entier



accords de double diplôme
avec des institutions internationales





**GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT**

BUSINESS LAB FOR SOCIETY

une école



12 rue Pierre Sépard
38000 Grenoble – France
+33 4 76 70 60 60
info@grenoble-em.com

grenoble-em.com



FOUNDING MEMBER
GIANT
INNOVATION CAMPUS

**Act
Think
Impact**