

**#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

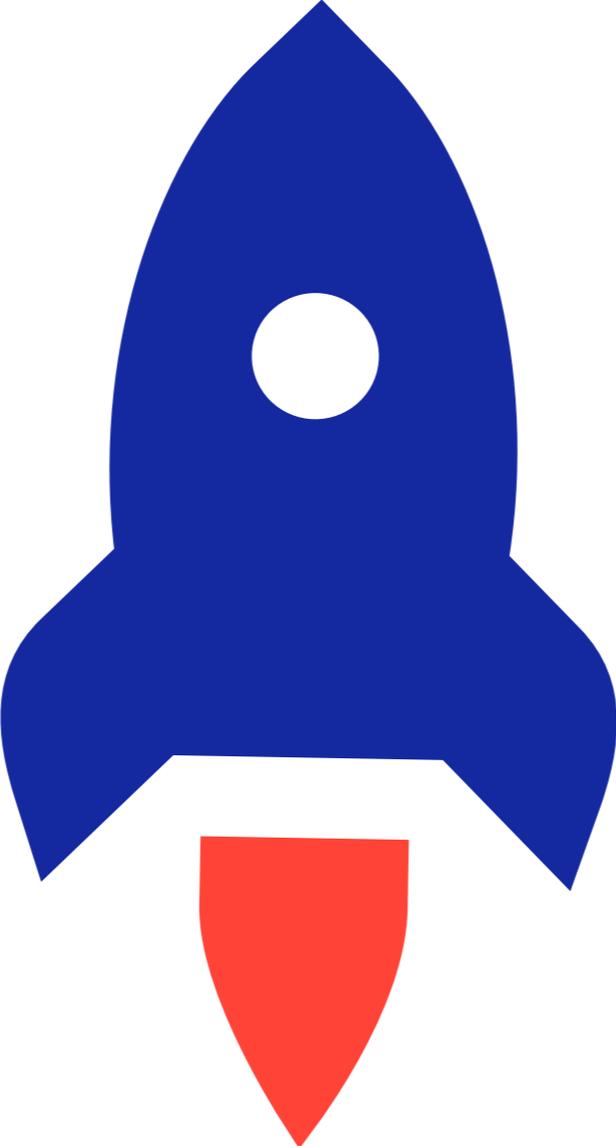
une école  
 CCI GRENOBLE

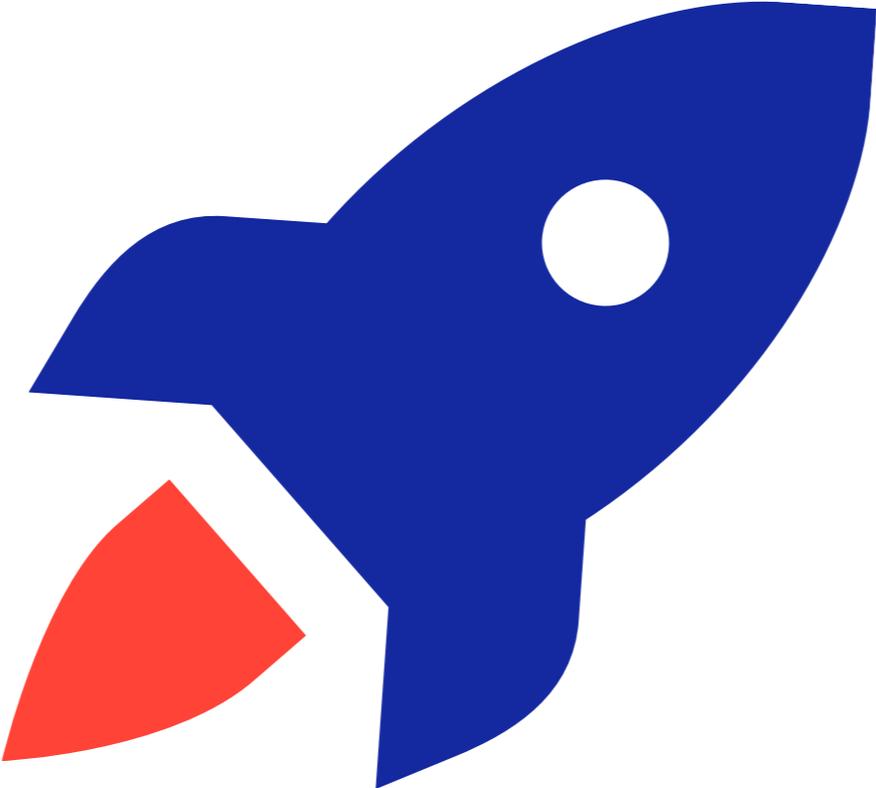
Act  
Think  
Impact



**Act  
Think  
Impact**



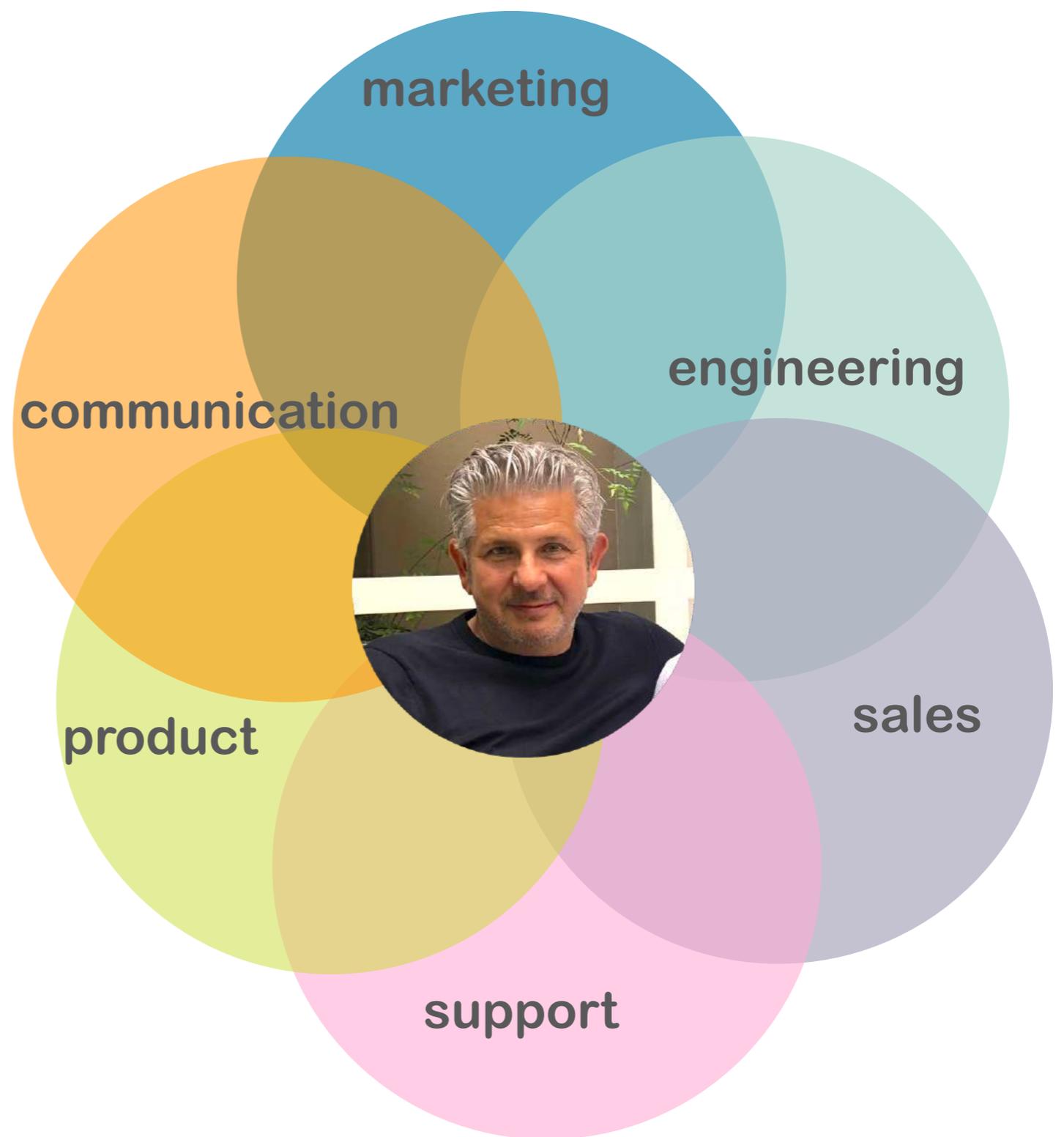






# technology evangelist

hubert@kratiroff.com



# technology evangelist

full stack marketer

**CDDO**: chief digital/data officer

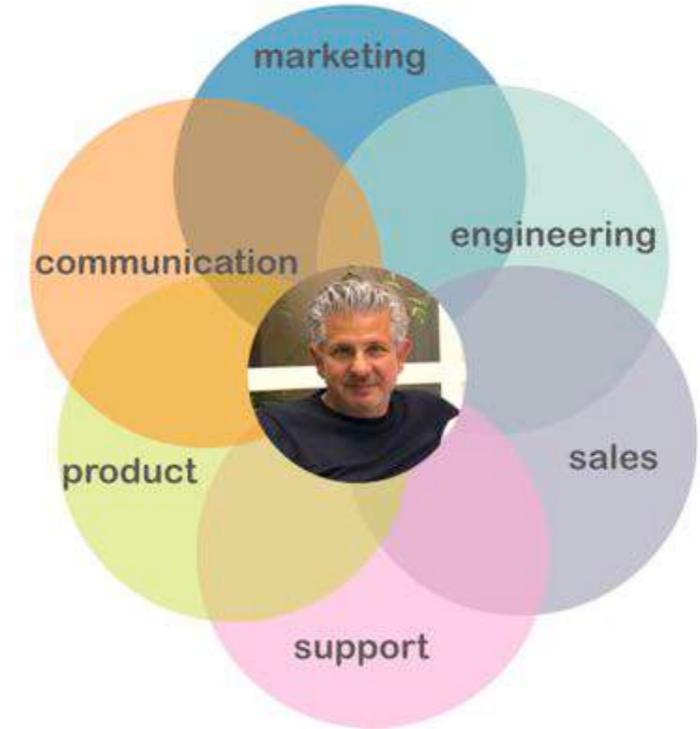
**DPO**: Data Protection Officer

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 Brasil, l'eau de toilette inspirée du paprika et du bois de brésil, vous fait vivre.

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...

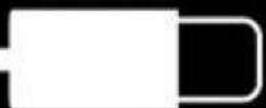
Source: Musixmatch



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  
**AAO**: Android Advertising (Google)  
**AAW**: 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 "and 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 interface  
**ASX&A**: AlwaysAd + AnyContext  
**ATF**: Above the fold and below the fold, sous-visible (cf. ATF)  
**ATL**: above the line (cf. ATL & media)  
**AWD**: Adaptive web design (cf. MWD)  
**BAT(T)**: Baby, Bitches, Tervors, Bitch (cf. UFFA)  
**BANT** formula: Budget, Authority, Need, Timeline (developed by IBM)  
**BBM**: Business to Buyer  
**BI**: Business Intelligence  
**BMG**: Business Model Generation by Eric Ries  
**BOB**: Boss of Boss

**BOF**: Bottom Of Funnel (cf. TUFU)  
**BPM**: Business Process Management  
**BR**: bounce rate (valeur brride & une seule page ou non (brride) sur email)  
**BRIDE**: 5 brrides consisting with Trash and M-TI  
**BTC**: Bitcoin (BT)  
**BT**: 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 (MUM))  
**CDP**: Customer Data Platform (le plus than a CRM and CRM)  
**CEM**: Customer Experience Management  
**CES**: Customer Effort Score  
**CG**: Computer-generated imagery  
**CHC**: Chief Happiness Officer  
**CL**: contextual link interface  
**CLV**: Customer Lifetime value  
**CM**: Community Manager  
**CM**: Content Marketing  
**CMG**: Commission Nationale d'Informatique et de Liberte (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 procure a single click (or Cost per Customer)  
**CPCV**: Cost per completed view  
**CPDV**: Cost + Completed Views  
**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  
**DD**: data-driven strategy  
**DL**: Digital Learning  
**DM**: Direct mail or Direct message sur Twitter  
**DM&C**: Digital marketing execution and conversion (Google, GE)  
**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, design 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. TECHTOOL & media mix.....	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

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% over time



**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 R&D

1.2.1 R&D

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...

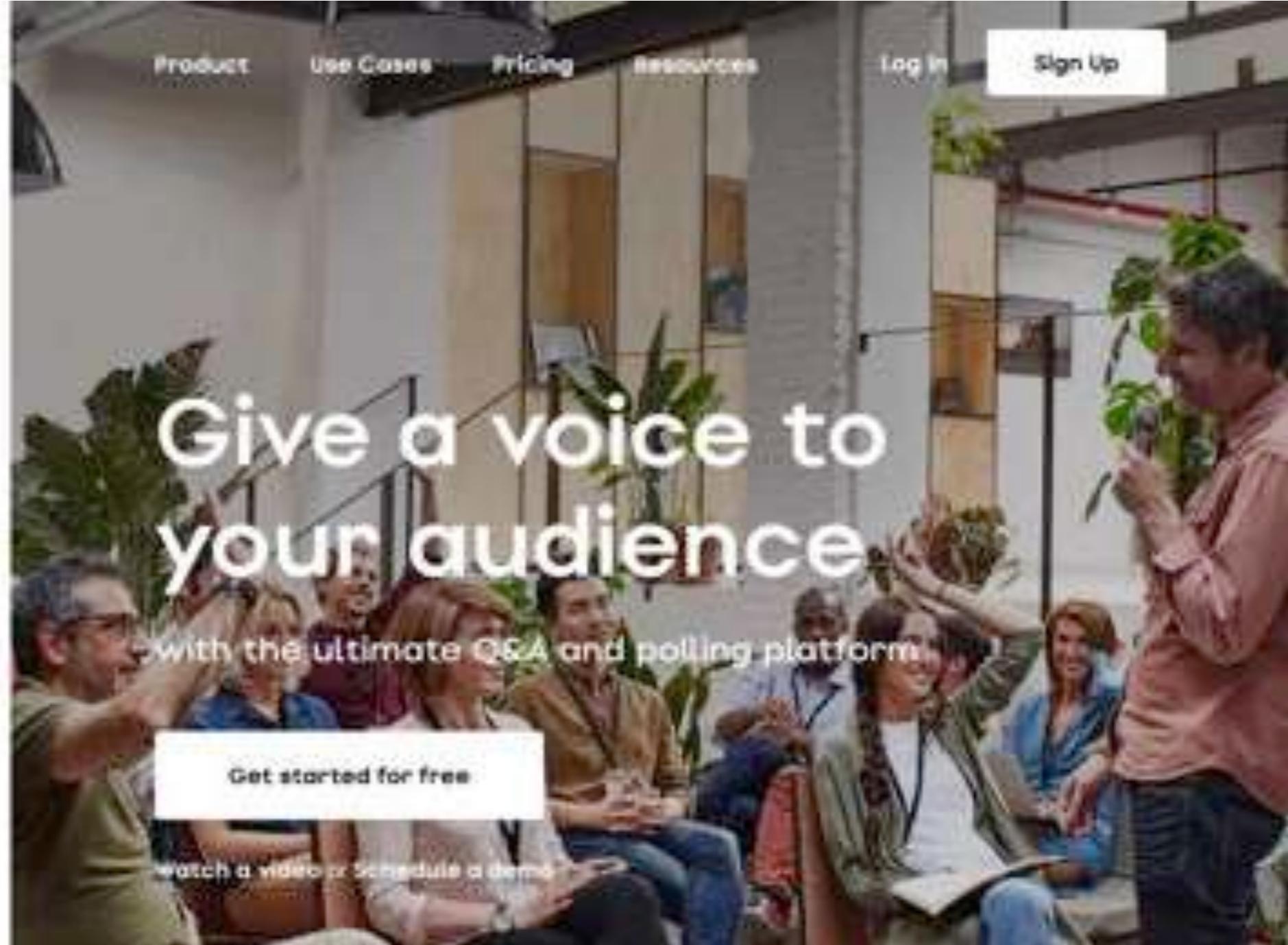


slido

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 large windows and indoor plants.

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**

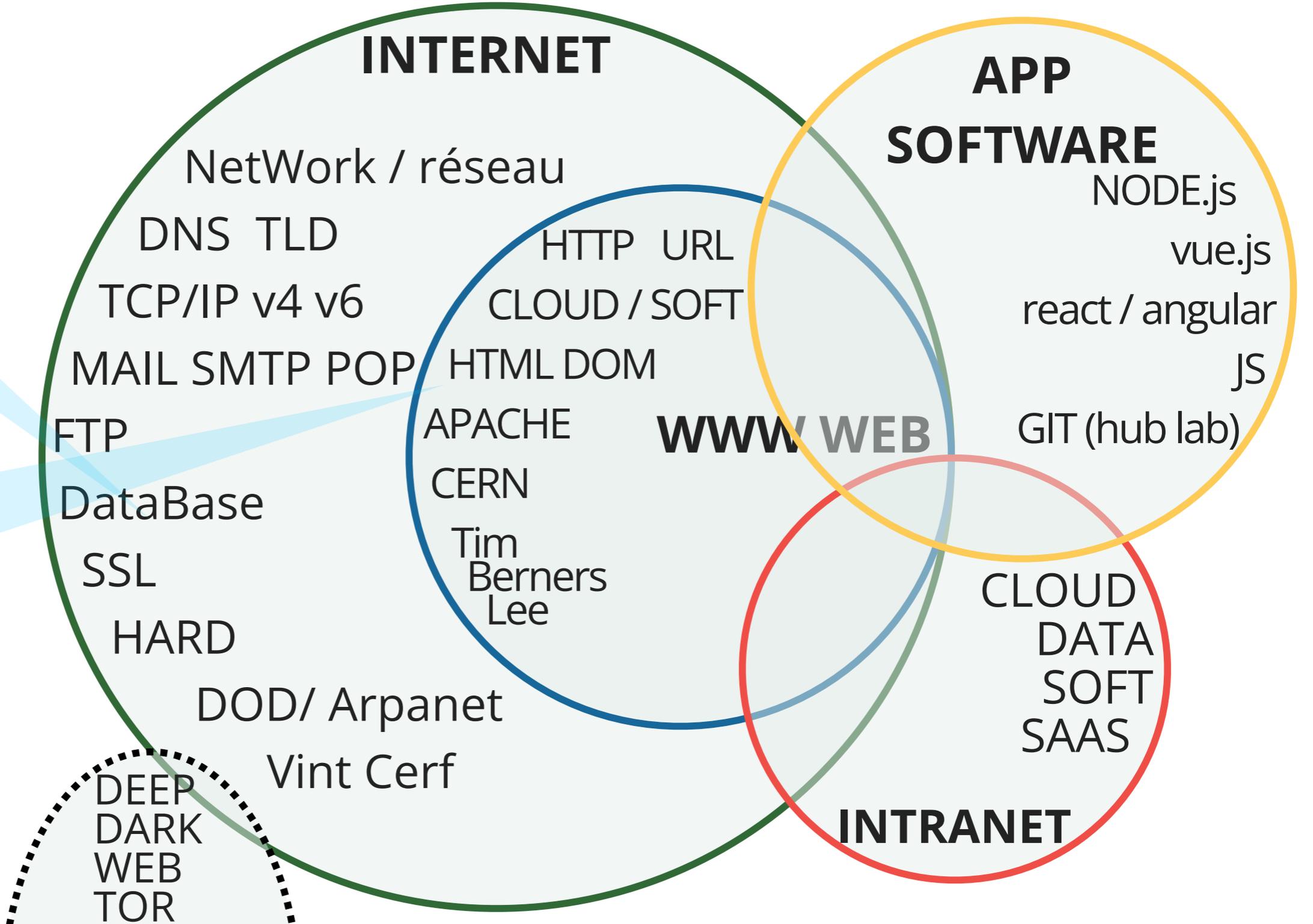
3



**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 Rosales

104 The HBR Interview  
Lenovo CEO  
Yang Yuanqing on  
the PC's Future

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



The New Basics of  
**MARKETING**

~~SWOOT~~

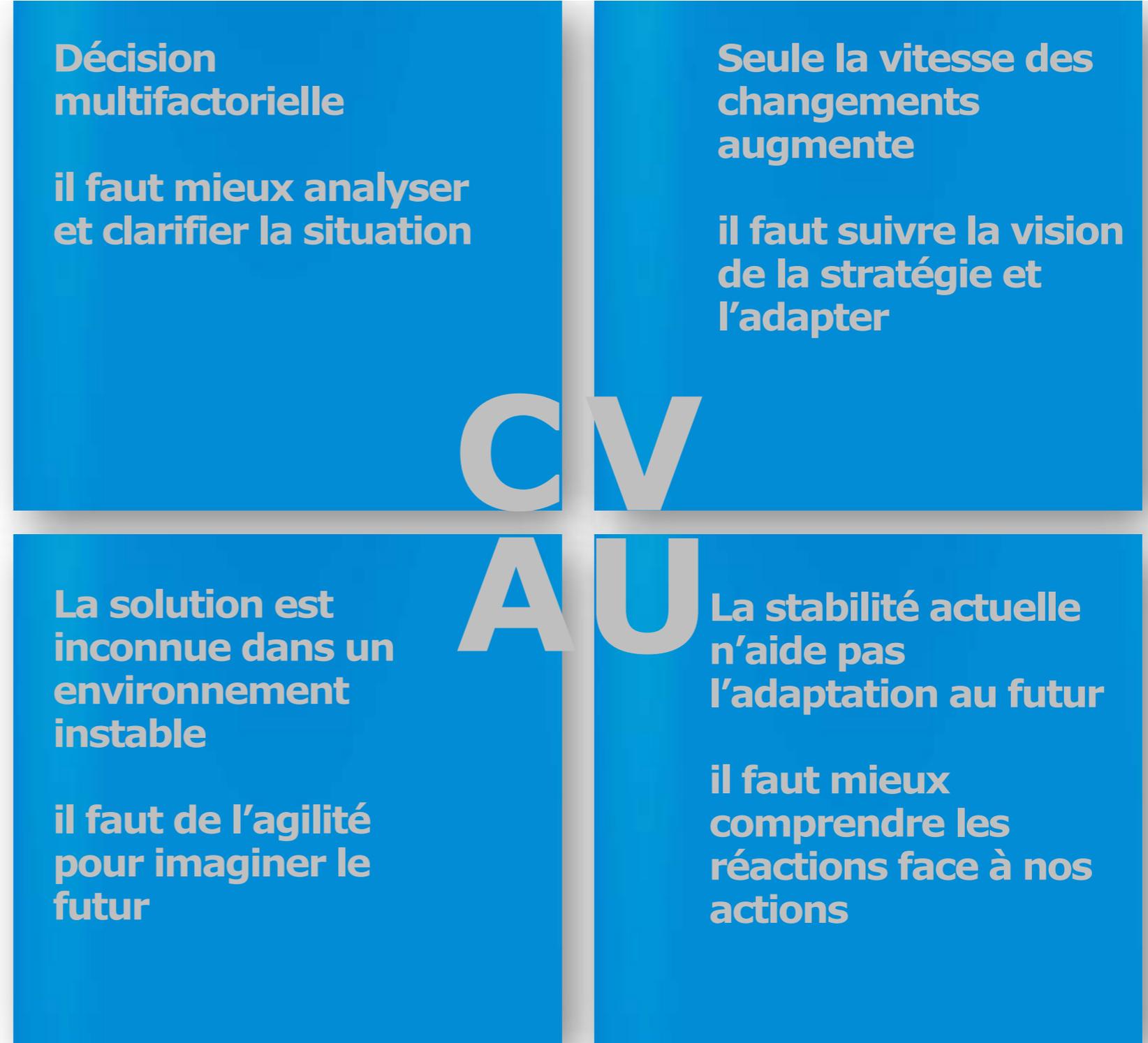
WUJCA

# 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

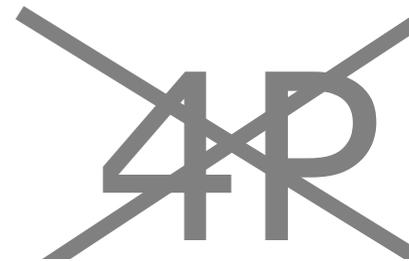


1/ Niveau de connaissance sur l'écosystème, l'environnement et la situation

~~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**





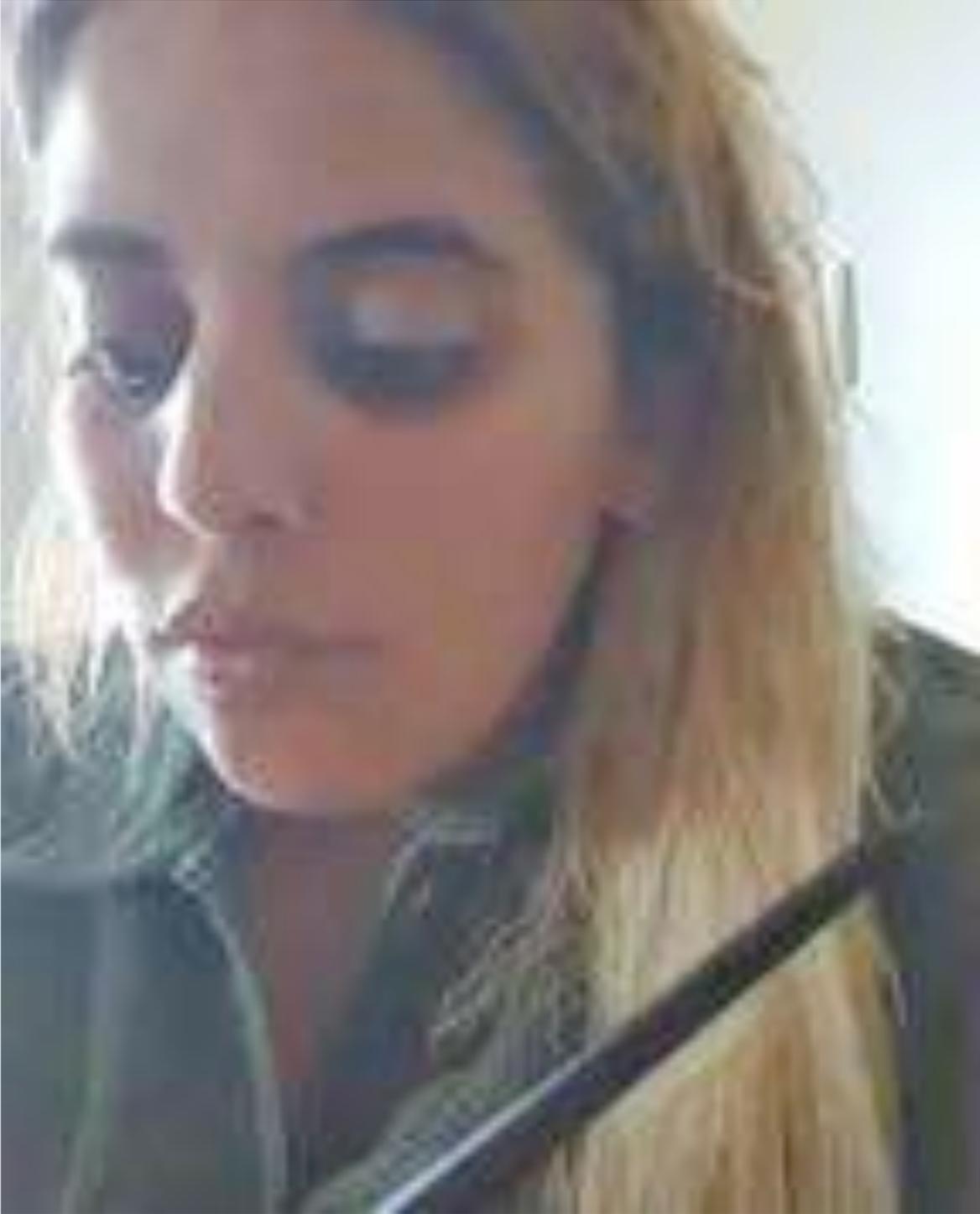
meeting  
needs  
profitably

Philip Kotler  
(2006 12<sup>ème</sup> 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*





TIM BROWN

From

**MAKING PEOPLE WANT THINGS**

To

**MAKING THINGS PEOPLE WANT**

~~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

**Décision multifactorielle**

**il faut mieux analyser et clarifier la situation**

**Seule la vitesse des changements augmente**

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

**CV**  
**AU**

**La solution est inconnue dans un environnement instable**

**il faut de l'agilité pour imaginer le futur**

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

**il faut mieux comprendre les réactions face à nos actions**

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 needs changes right now.

## COMPLEXITY

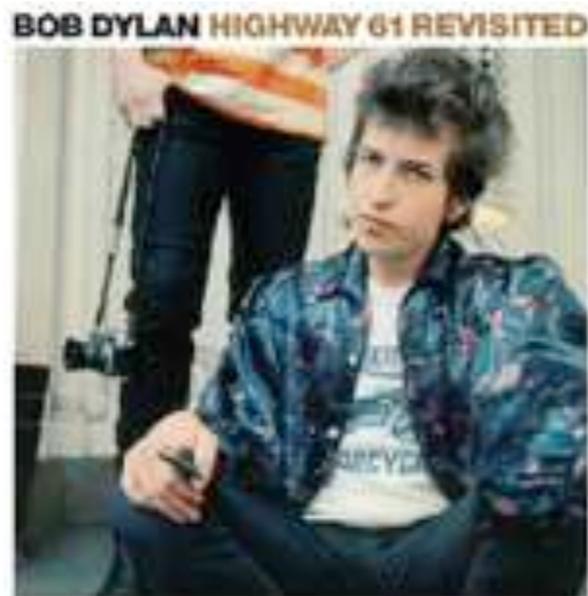
In understanding these financial markets in the era of the "new normal". The proliferation and increasing complexity of new financial instruments and regulatory to deal with increasingly complex markets, making it ways experts have never seen before.

## AMBIGUITY

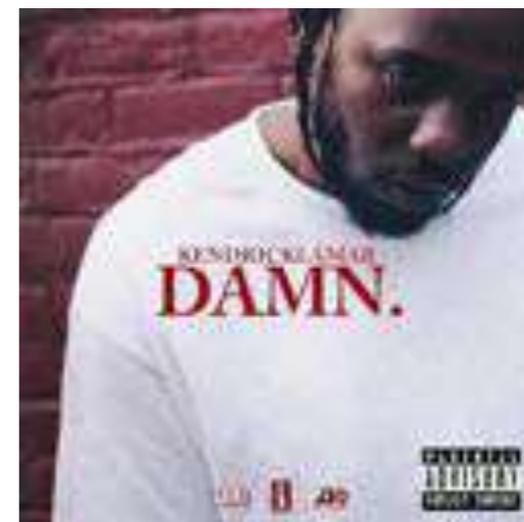
The resulting feeling: is this the great rotation from bonds to equities? Or will bond yields stay low for longer? What is the best course of action?



# 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 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

Steve Roth

## 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

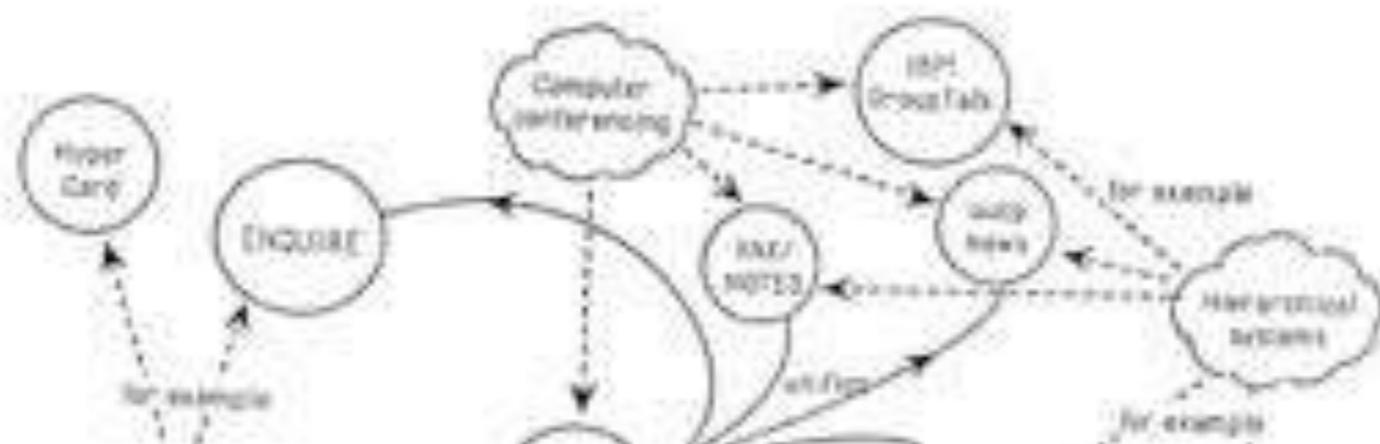
March 1989

## 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

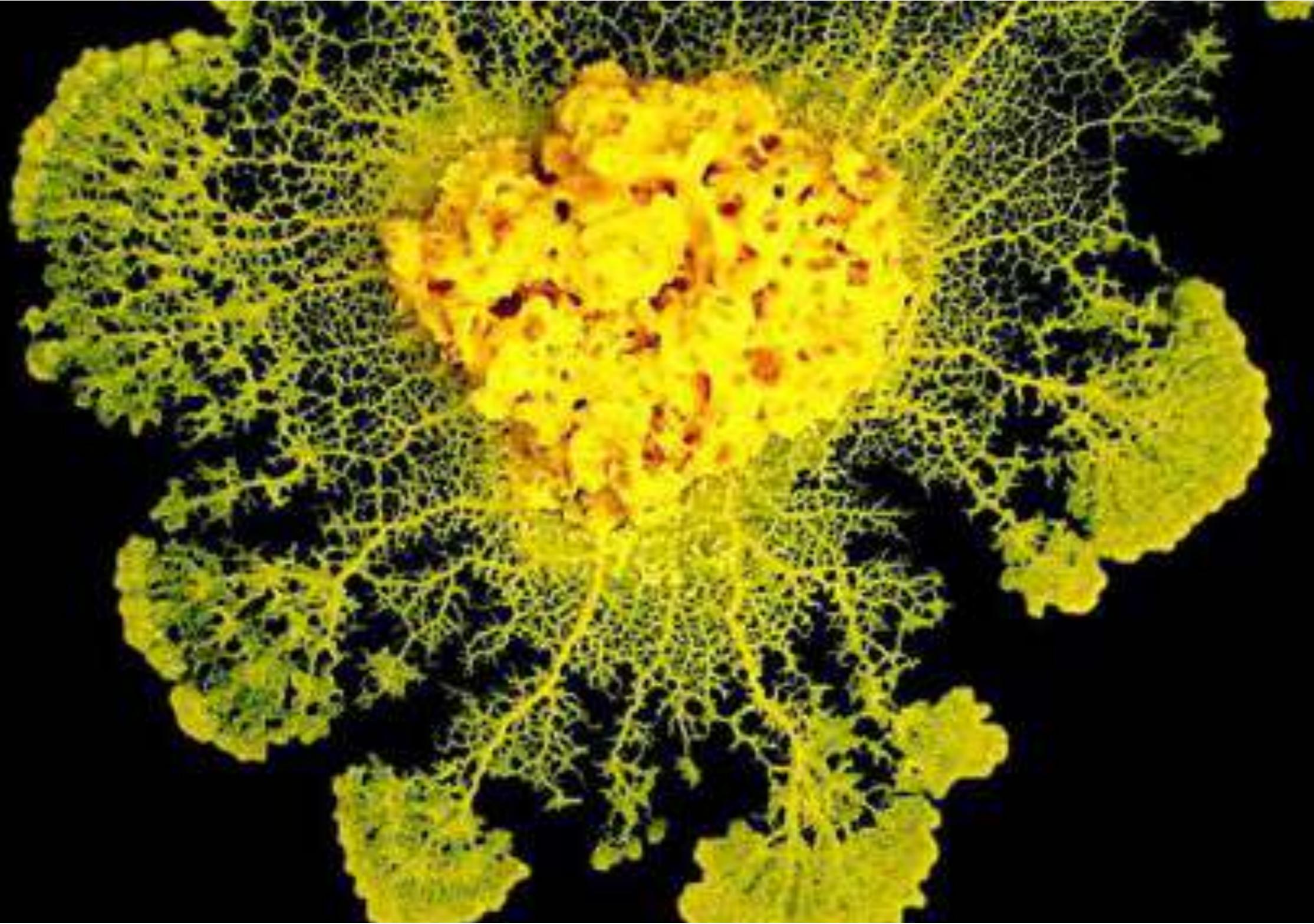
**Nano** (techno, matériaux, graphène, H)

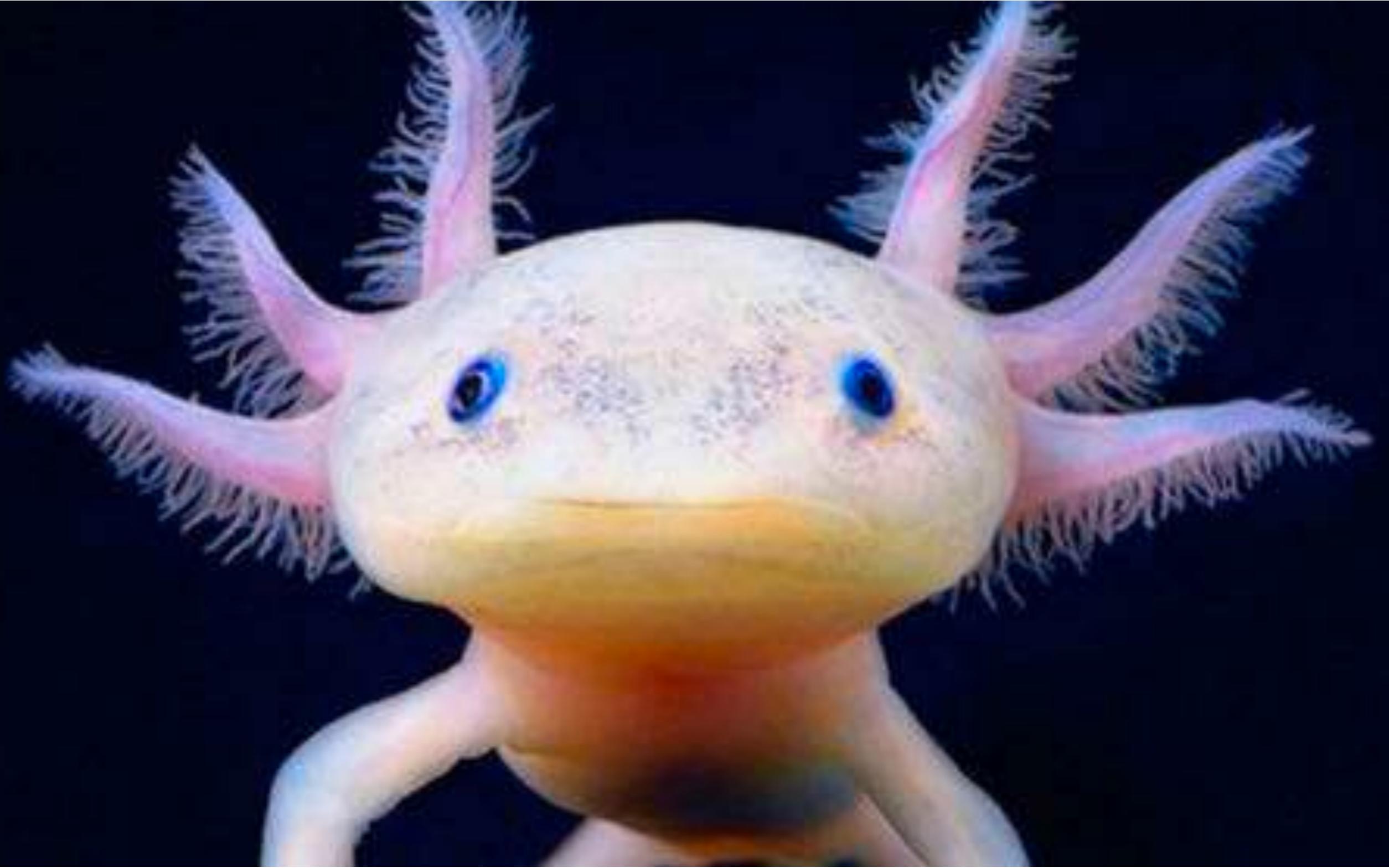
**Bio** (techno, mimétisme, blob, axolotl)

**Informatique** (IOT, 3Dprint, Additiv, Blockchain, Quantique, Algorithme)

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







## Le graphène, un matériau miracle

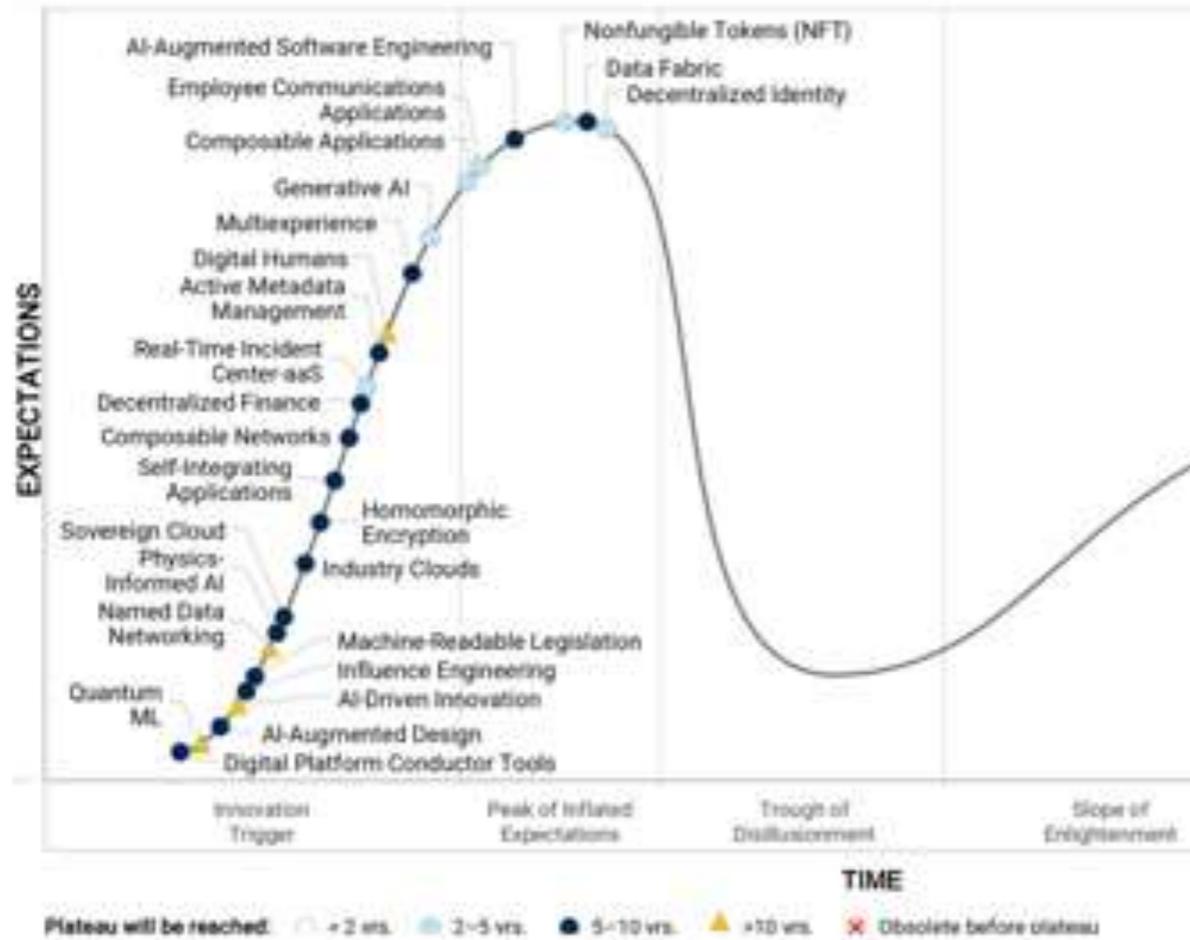
Des travaux en laboratoire montrent que des transistors en graphène sont potentiellement capables de détrôner les transistors en silicium, ouvrant la voie à des ordinateurs plus performants car plus rapides et plus petits. Étant pratiquement transparent et aussi bon conducteur que le cuivre, le graphène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

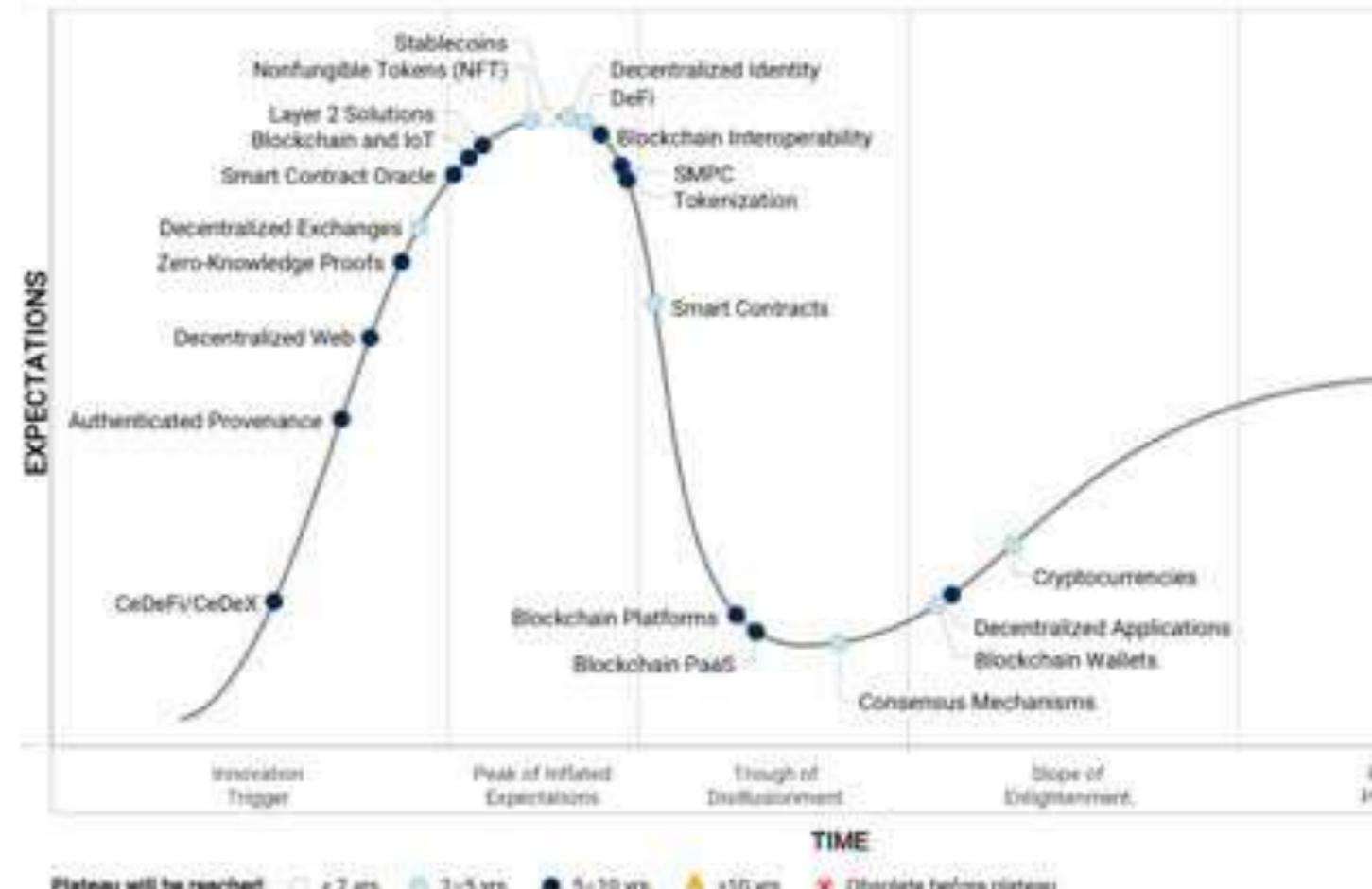
## Hype Cycle for Emerging Technologies, 2021



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

**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

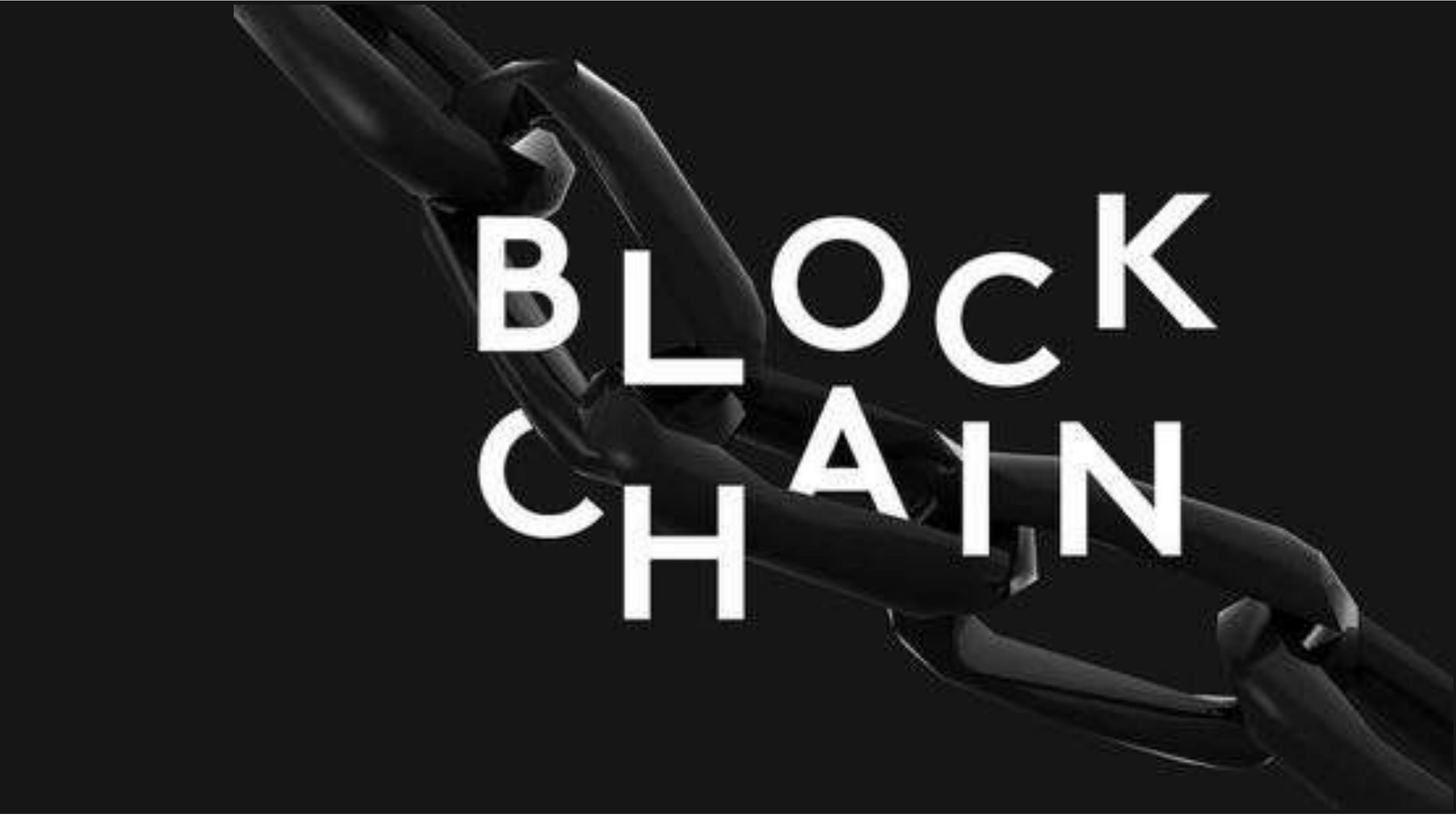




diem



TikTok  
@leopoldo.cruje

A black and white photograph of a heavy metal chain, likely made of steel, with several links visible. The chain is draped across the frame, creating a sense of strength and security. Overlaid on the chain in a large, bold, white, sans-serif font is the text "BLOCK CHAIN". The word "BLOCK" is on the top line, and "CHAIN" is on the bottom line, with the letters of "CHAIN" positioned slightly lower than those of "BLOCK". The background is a solid, dark color, making the white text and the metallic texture of the chain stand out prominently.

**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<sup>ème</sup> révolution industrielle

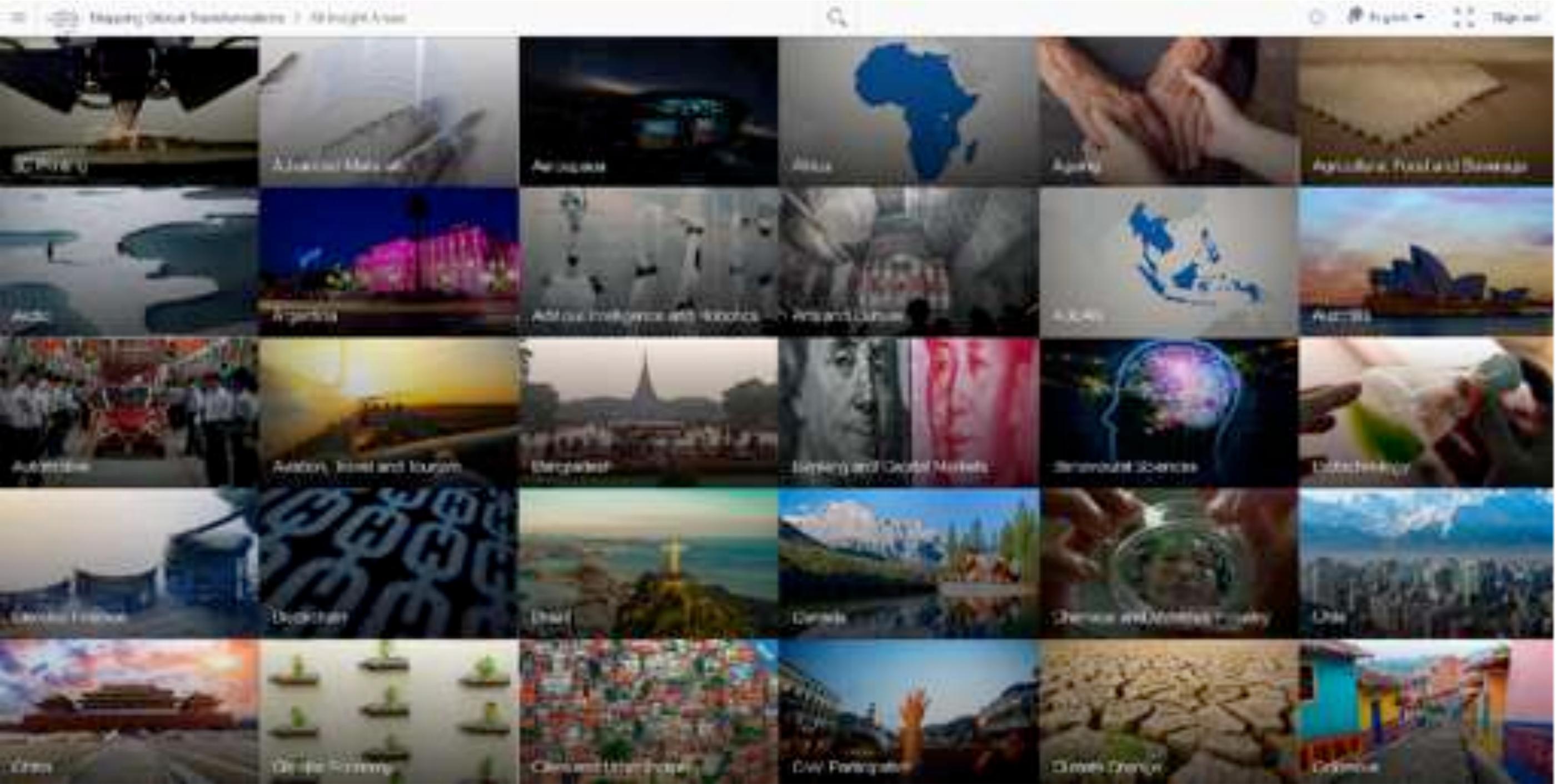
Vapeur + moteur

Électricité

NTIC

NBIC





PUBLIC CASE

# Climate Change

Curator: Yale University

[Add to Favorites](#)

## 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

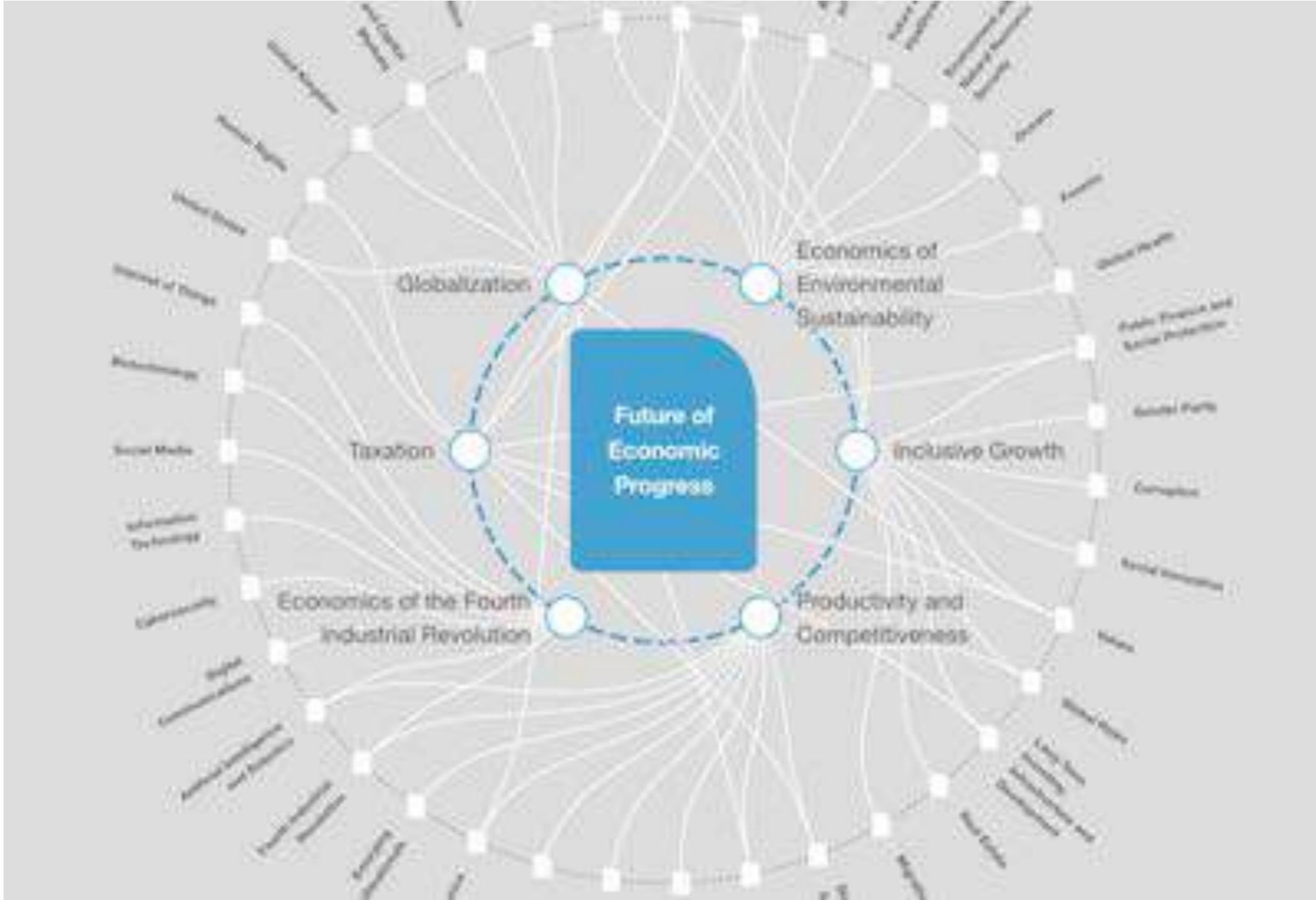
World Economic Forum

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

Tue, September 21, 2021, 4:00 PM

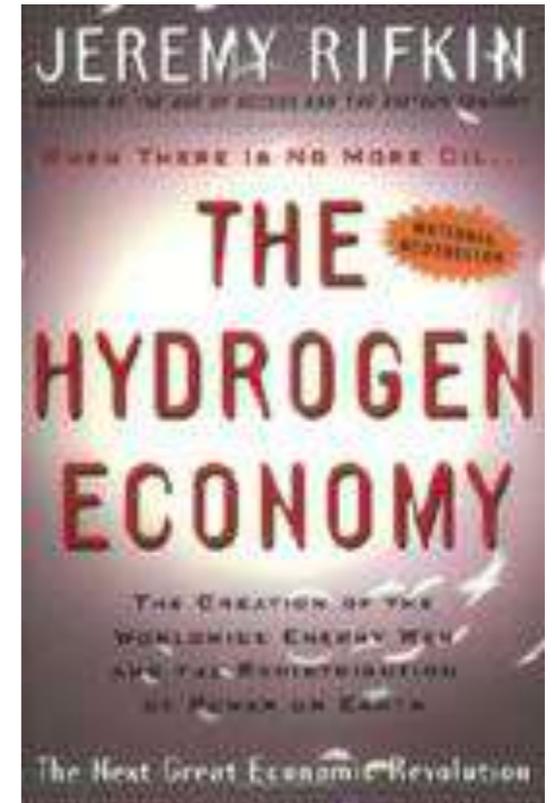
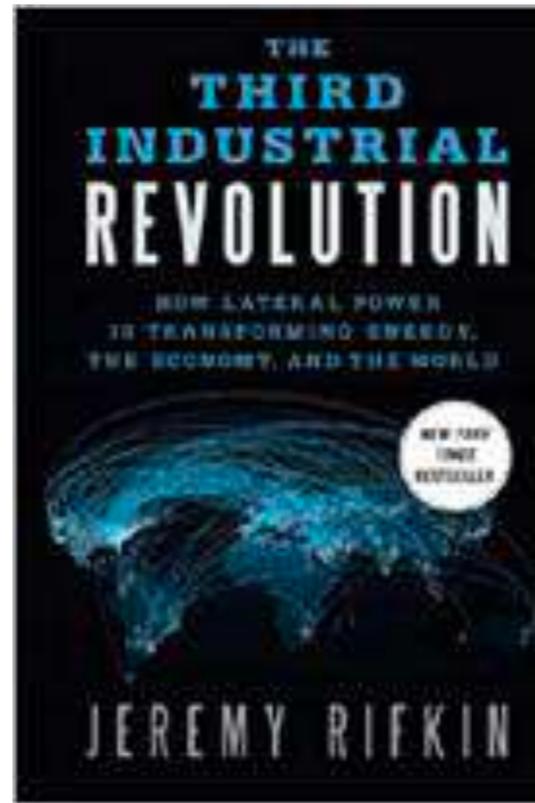
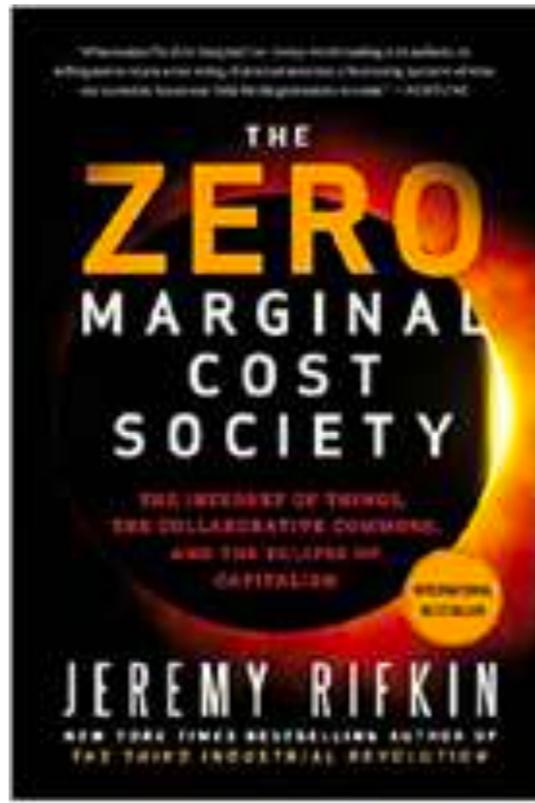
Centre for Global Development





<https://toplink.weforum.org/knowledge/explore/all>

<https://toplink.weforum.org/knowledge/insight/a1Gb0000001hXcwEAE/explore/summary>







**3<sup>ème</sup> 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

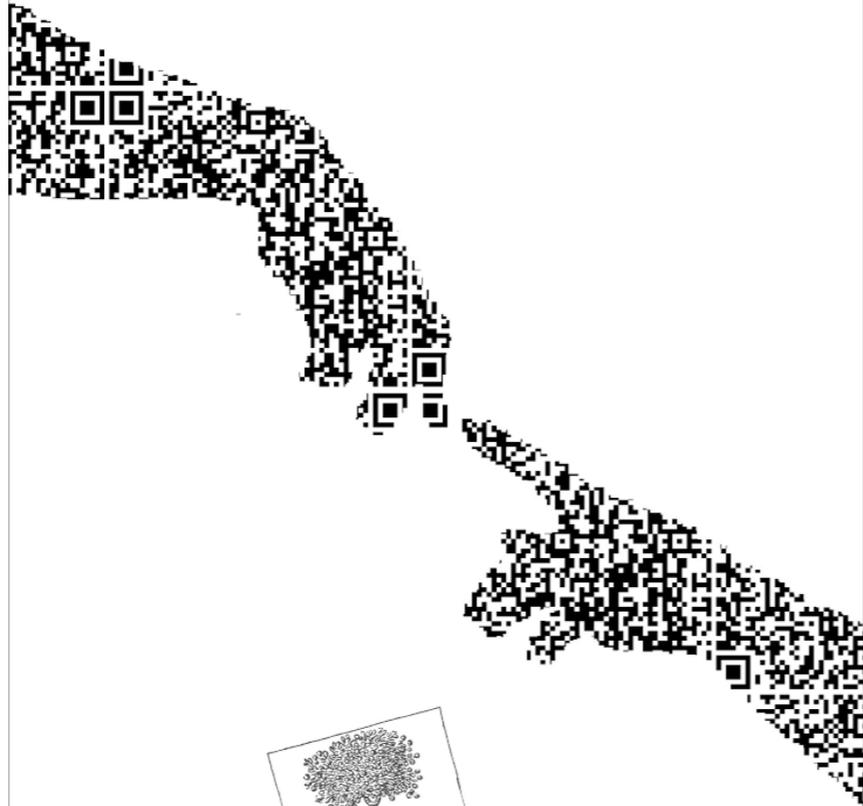
CCI GRENOBLE

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



G



# THIS IS **my** YOUTUBE

Find out what the U.K. loves to watch

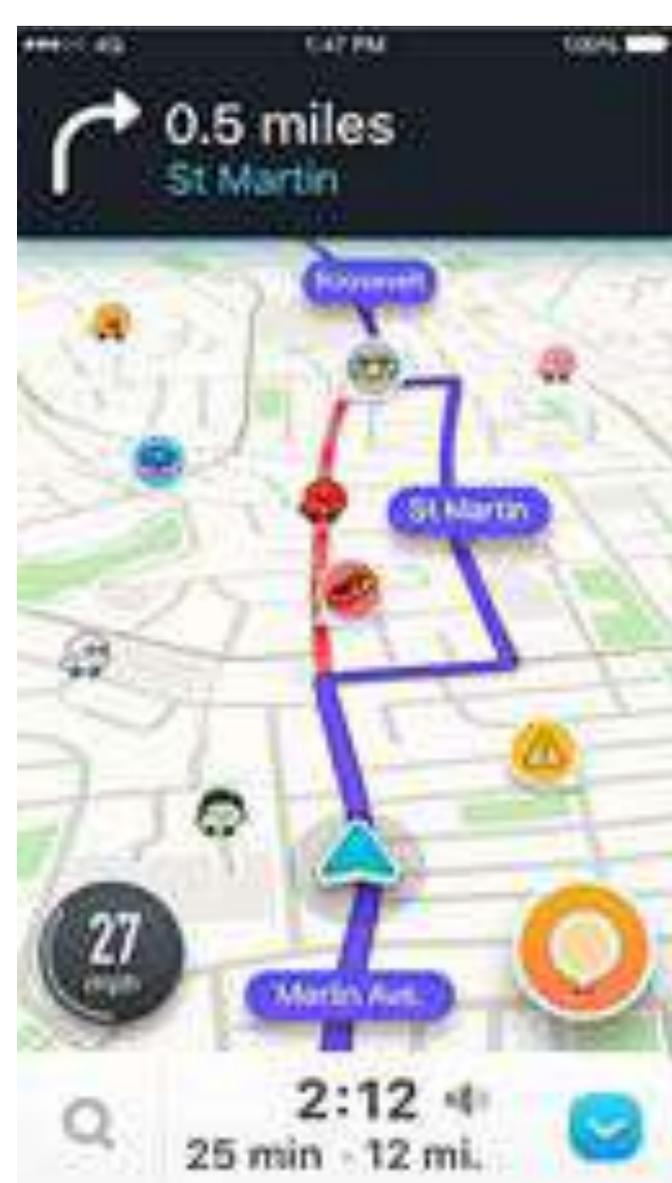
[▶ WATCH THE EPISODE](#)



**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.

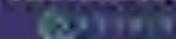




JEAN-LOUIS  
**MISSIKA**  
PIERRE  
**MUSSEAU**

# Des **robots** dans la ville

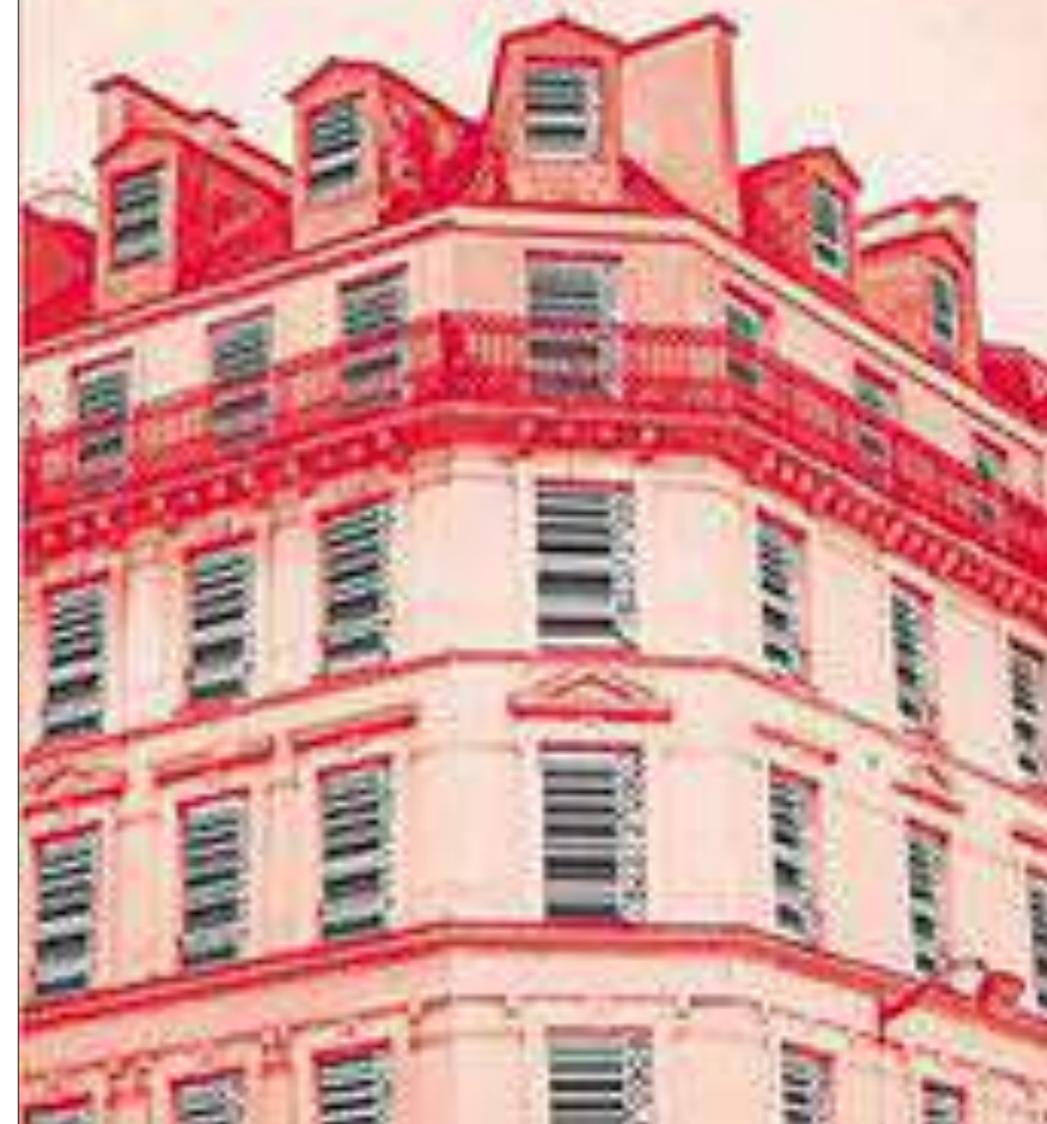
Tallandier



**COMMENT  
LES VOITURES AUTONOMES  
VONT CHANGER  
NOS VIES**

**airbnb**  
**la ville ubérisée**  
ian brossat

**MAH**



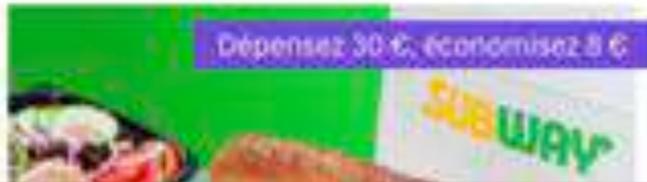


# Vos plats préférés, livrés avec Uber

📍 Saisissez l'adresse de livraison

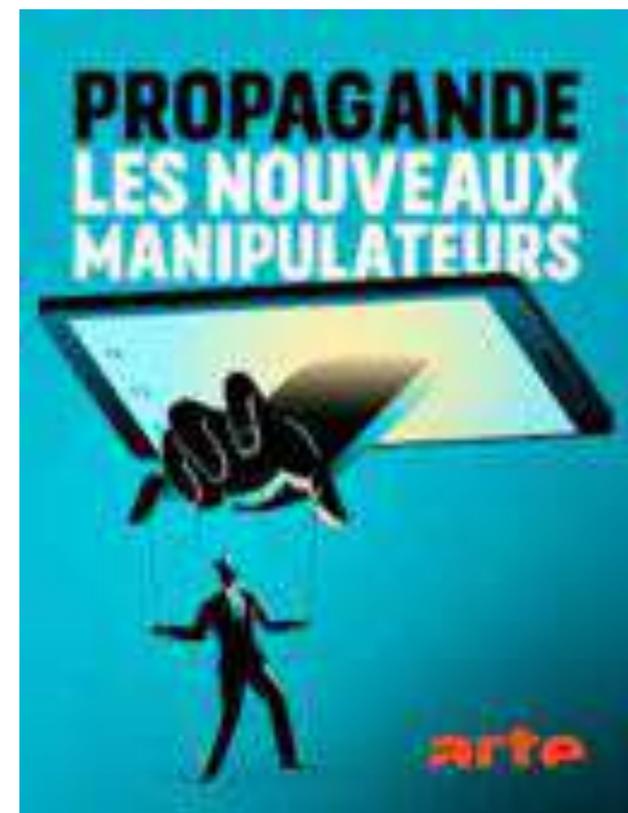
Voir les restaurants

## 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% 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



**PLATFORM**

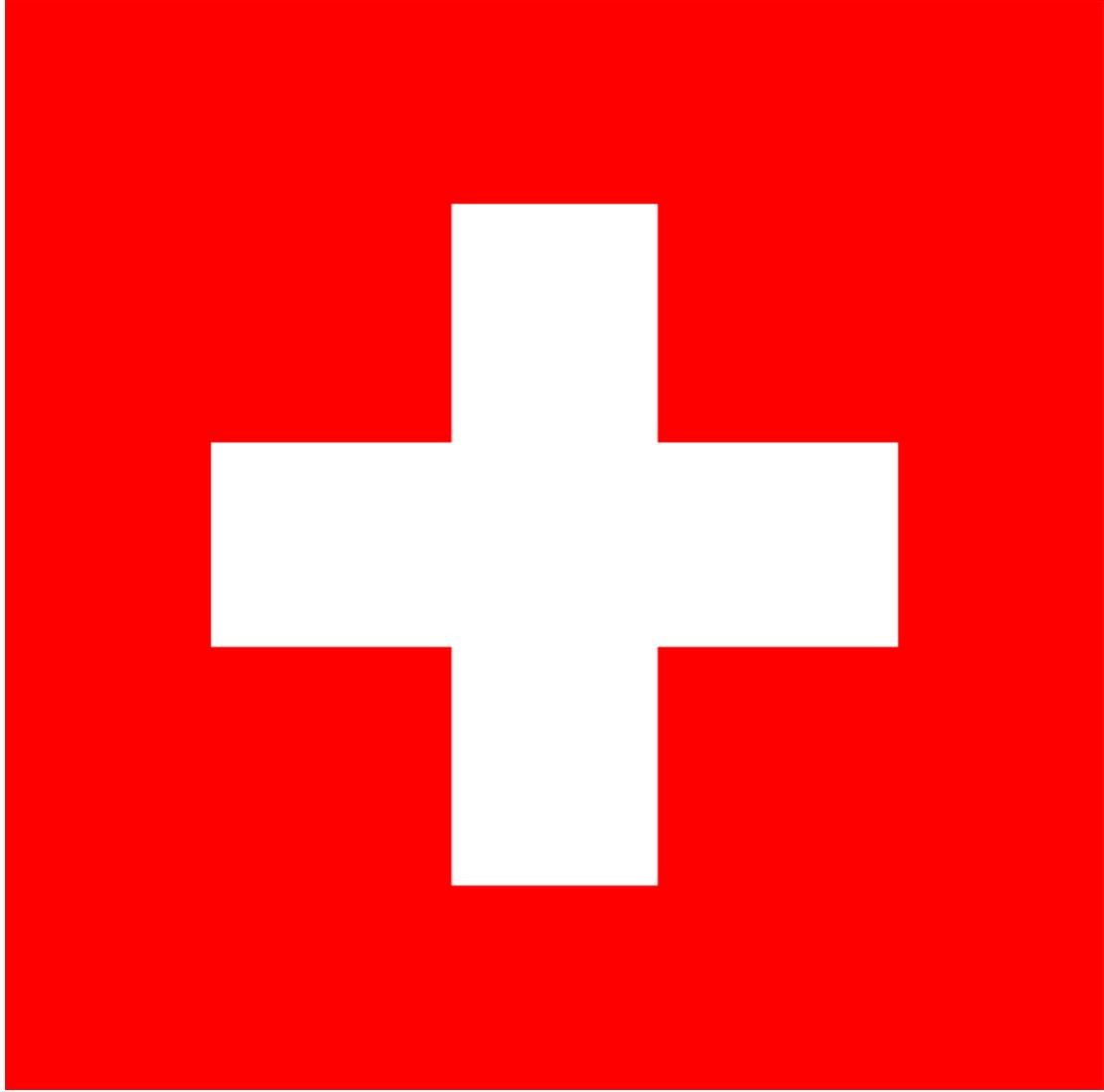
**servicisation**  
**disruption**  
**uberisation**  
**tycoonisation**  
**platformisation**

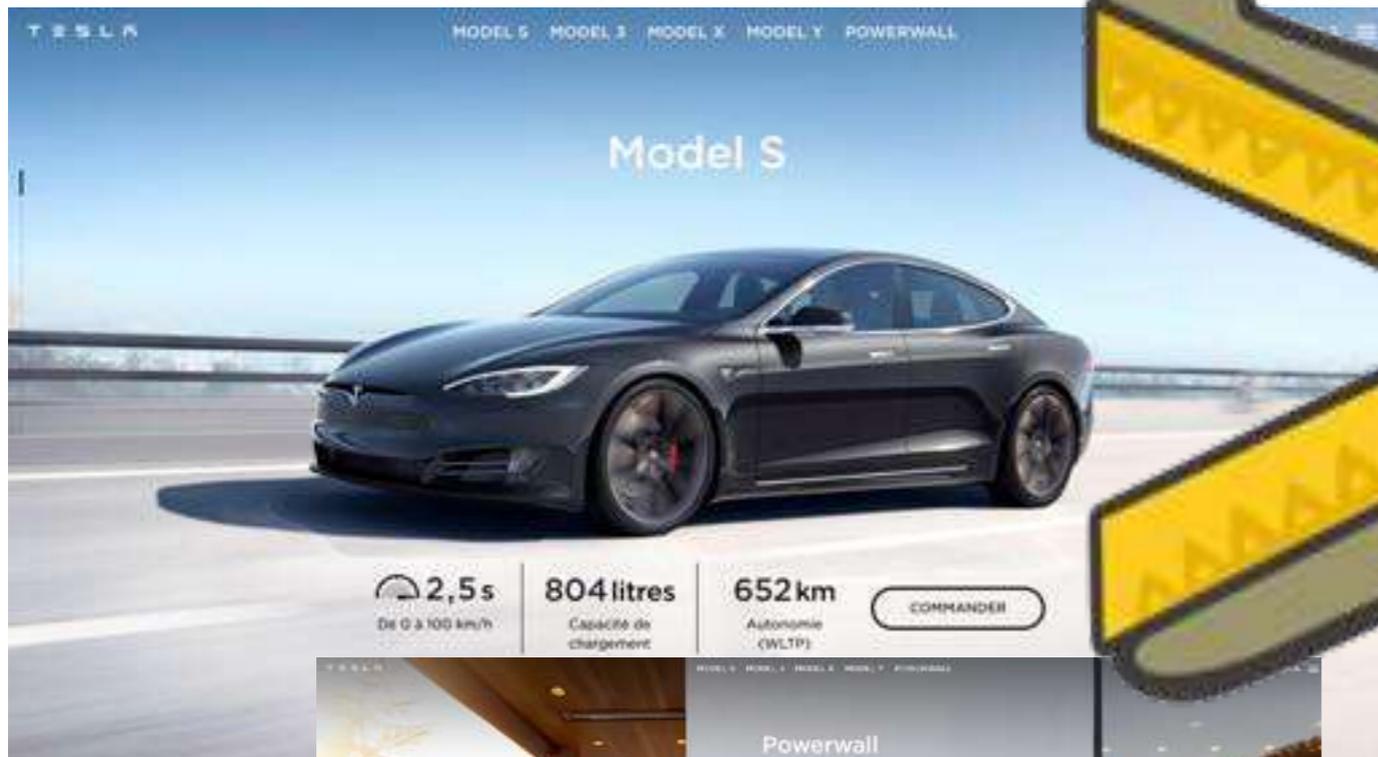
# Nouveaux Business Modèles



ROLEX









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

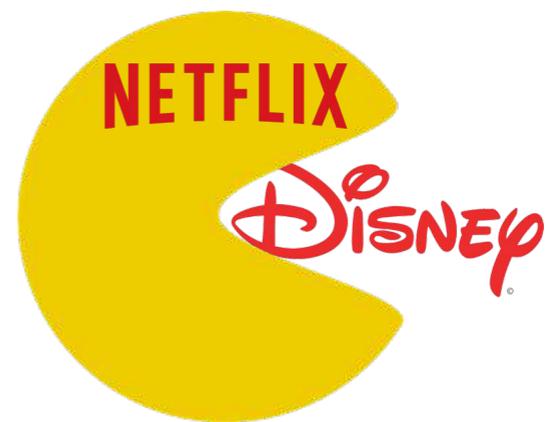


Notes: Airlines selected based on # of passengers transported in 2019; market cap as of Oct. 26, 2020  
 Source: Lufthansa Innovation Hub, TWNT.com, Yahoo Finance

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
<b>10</b>	<b>Ant Financial</b>	<b>150</b>
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

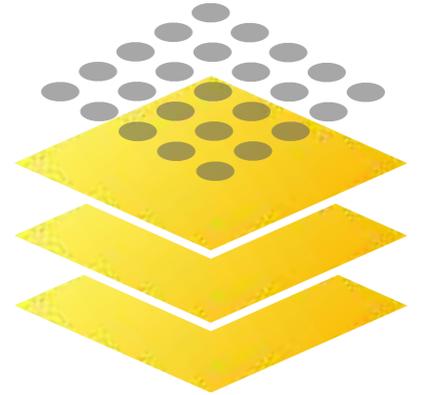
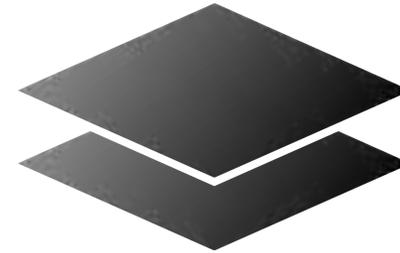
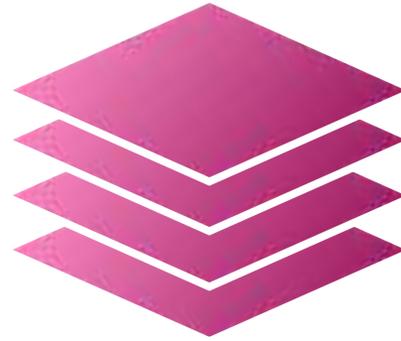
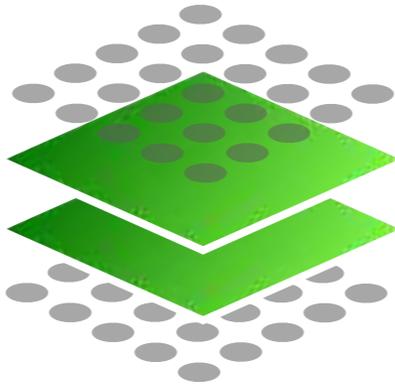
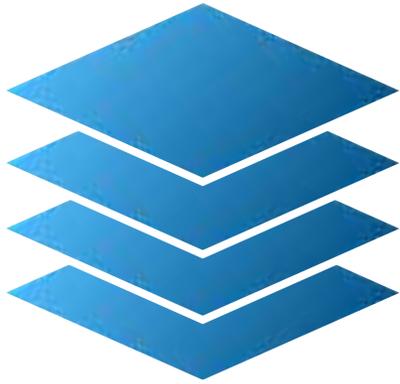
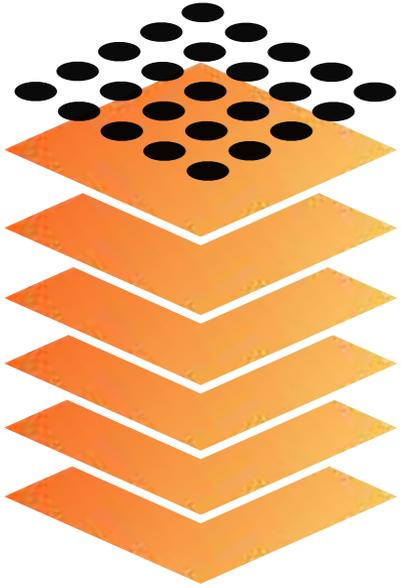
SOFT

USER

ADV

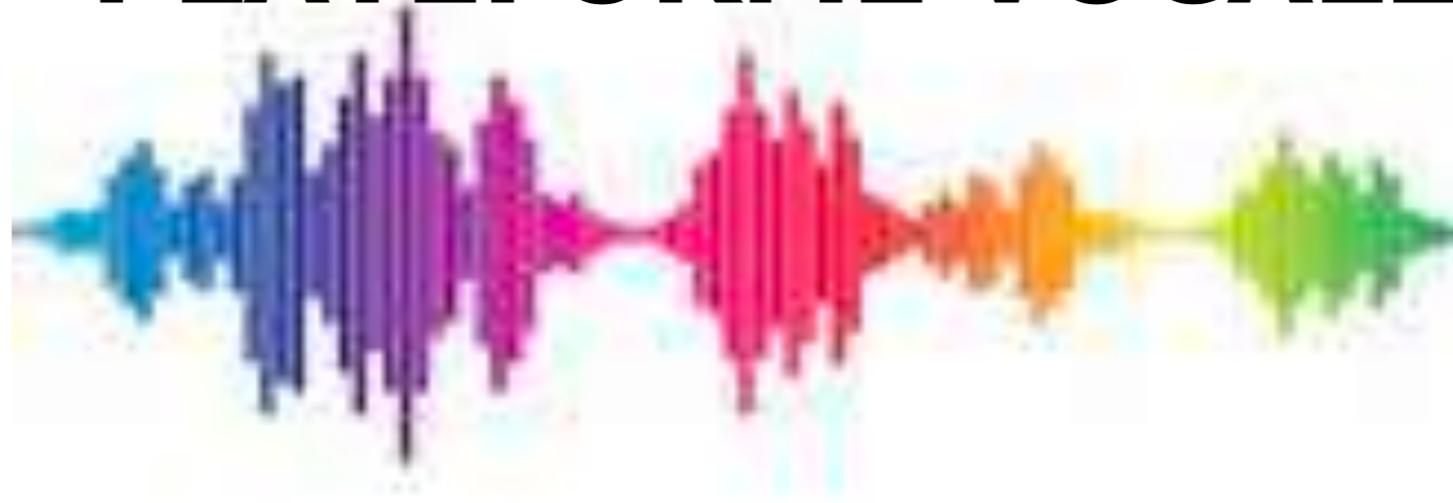
TRUST

DATA



PaaS  
platform as a service

# PLATEFORME VOCALE



# PLATEFORME DOMOTIQUE

somfy.



# PLATEFORME SMART CITY



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

**TECH**

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

wikinomics

GIG

thingonomics (IOT)

blue

expectation

evonomics

new

micro

sha | ring

macro

offre

economy

gift

platform

nudge

neuro

barter

collaborative

attention

comportementale

market

*intelligence*

model

law

funding

sha | ring

power

**crowd**

marketing

open

innovation

lending

collaboration

sourcing



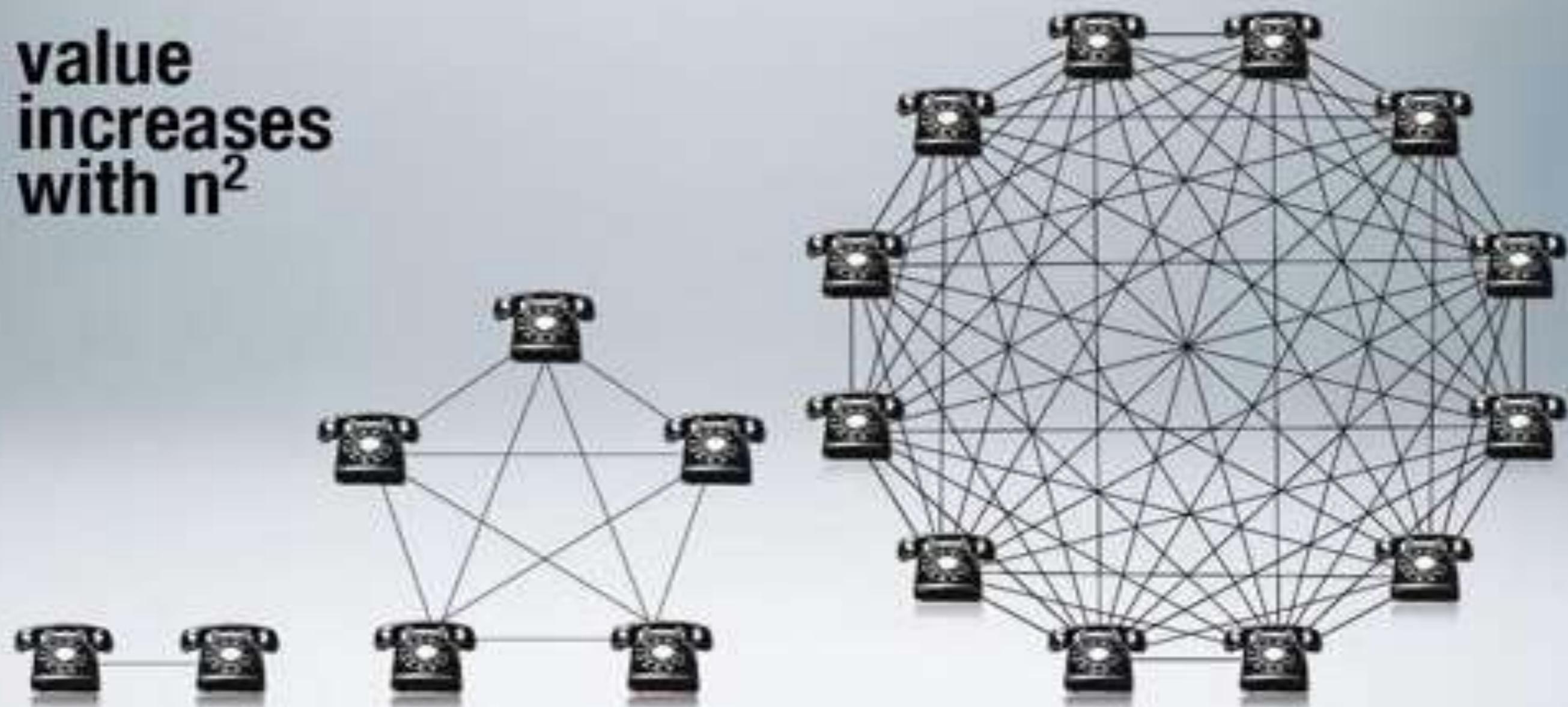
musical.ly



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

71000

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

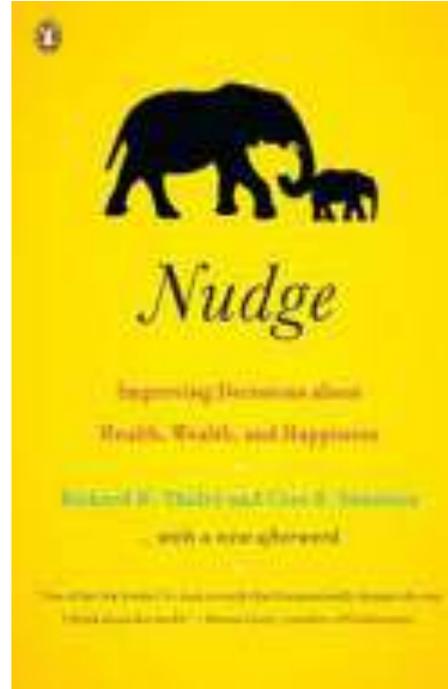
Nobel 1998 pour IDH



# 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.

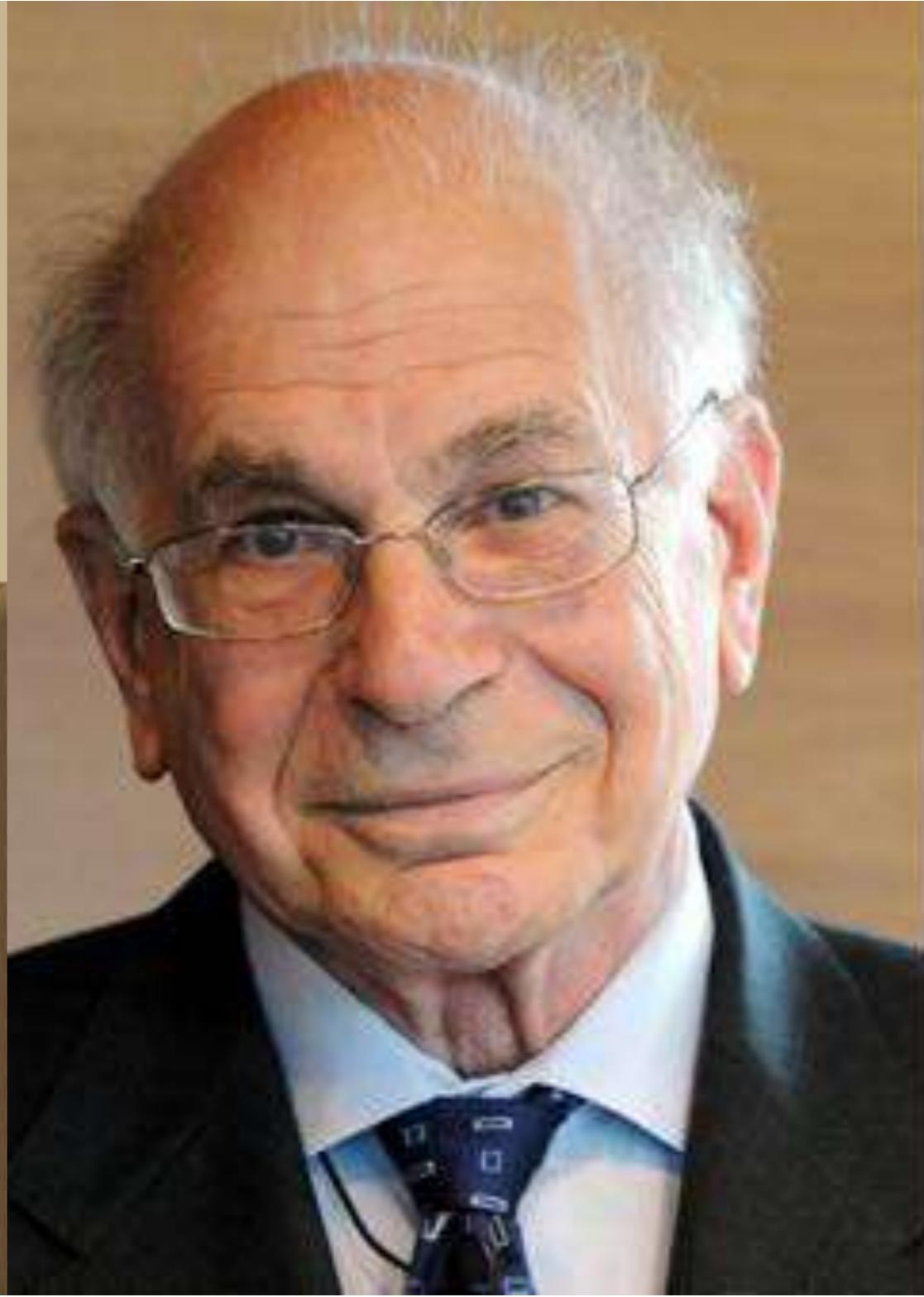
*Quote from Thinking, Fast and Slow by Daniel Kahneman*

THINKING,  
FAST AND SLOW



DANIEL  
KAHNEMAN

WINNER OF THE NOBEL PRIZE IN ECONOMICS

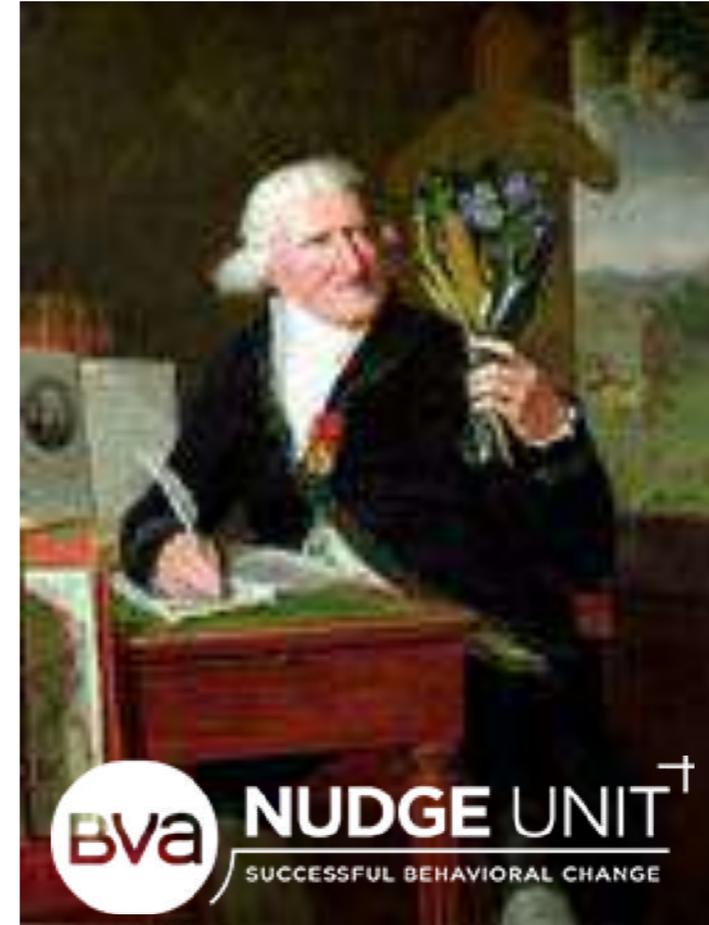
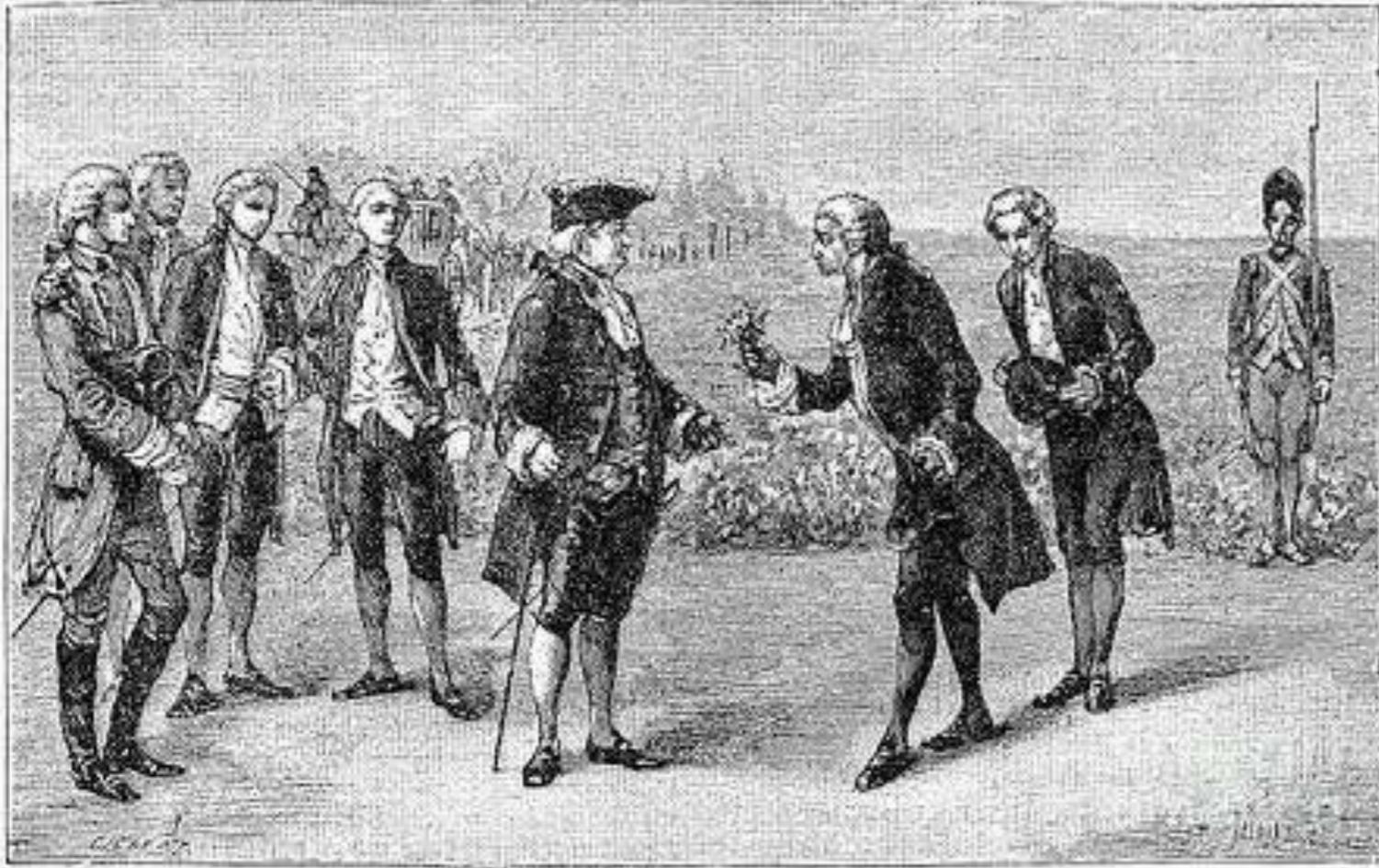


THINKING,  
FAST AND SLOW



DANIEL  
KAHNEMAN

WINNER OF THE NOBEL PRIZE IN ECONOMICS



1785 «Les Sablons» avec LouisXVI et Antoine Parmentier



10th Anniversary Edition

# BLUE OCEAN STRATEGY

—The Wall Street Journal  
"groundbreaking" Market Week  
and More Top Management Journals

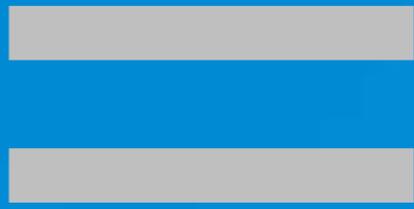
W. Chan Kim — Renée Mauborgne



# Key TakeAways

ce qu'il faut retenir





Meeting  
needs  
profitably  
in a VUCA  
world



# WE TIE SU S

**hubertkratiroff**

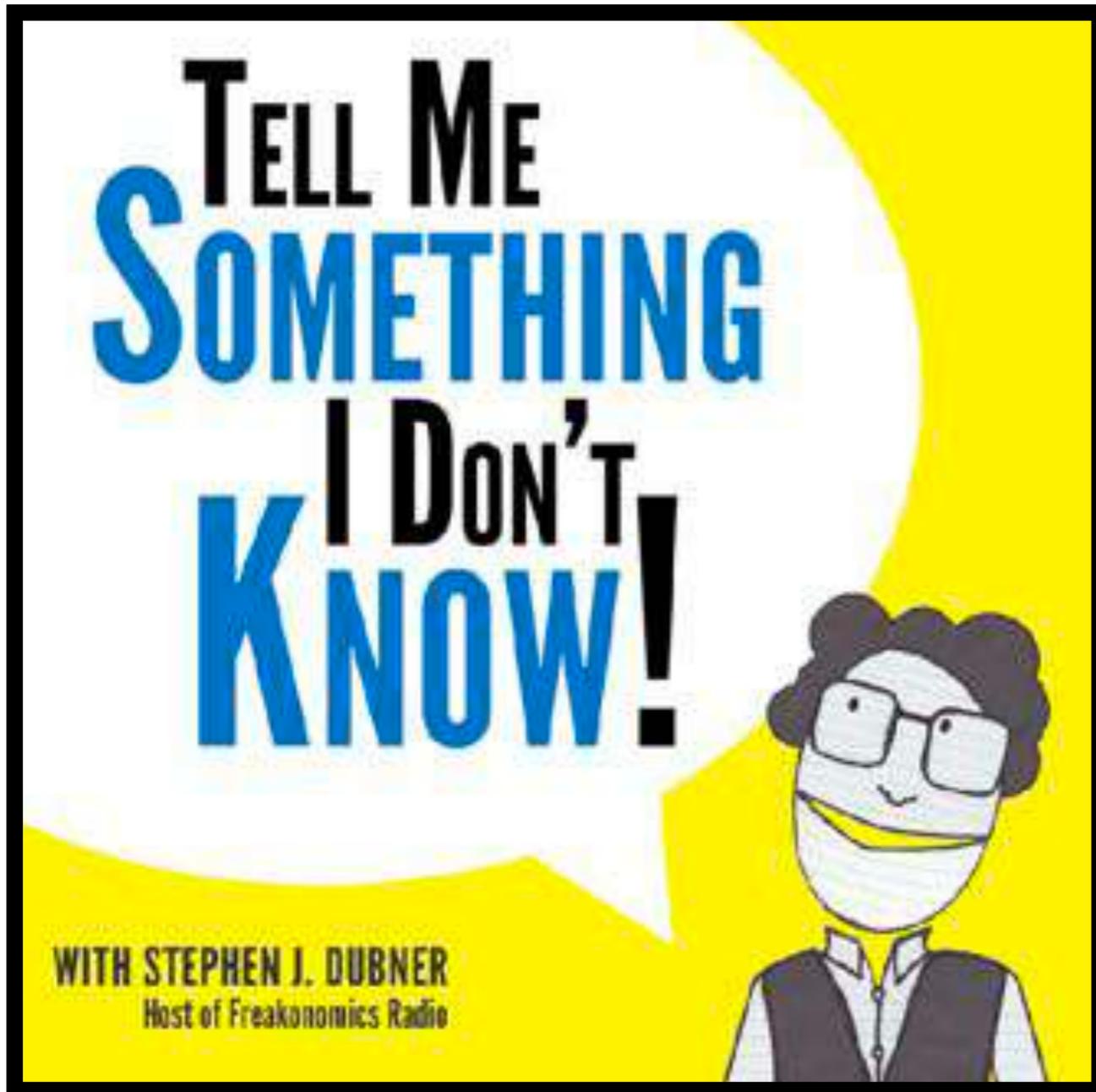
**06 80 43 29 05**

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



**Act  
Think  
Impact**



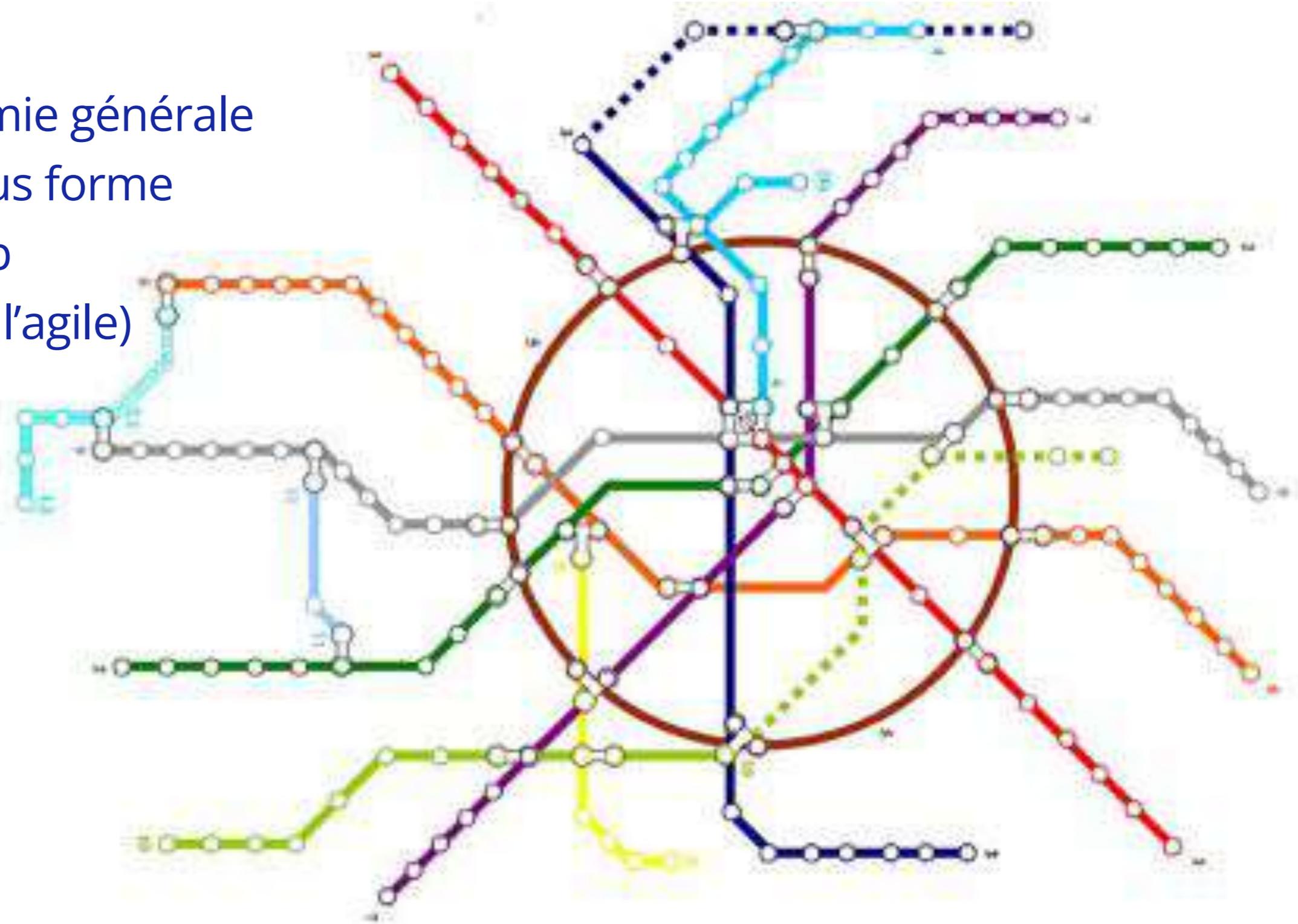


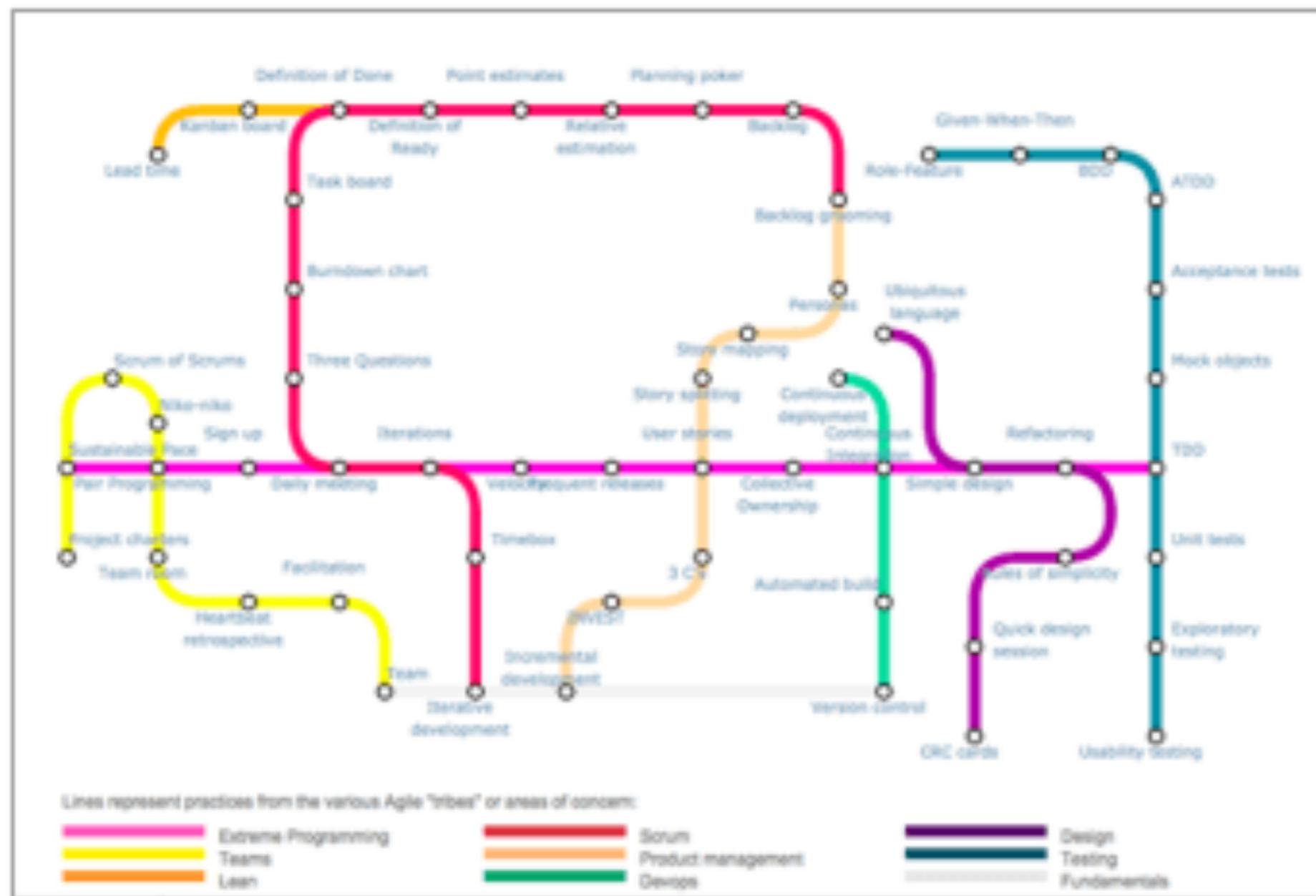
À propos du cours, des thèmes,  
des sujets, de l'innovation...

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



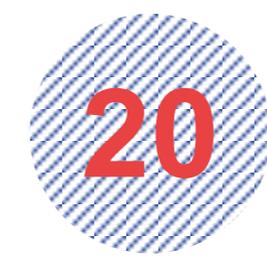
**étudiants internationaux**  
159 nationalités dans l'école



**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](http://grenoble-em.com)



---

FOUNDING MEMBER  
**GIANT**  
INNOVATION CAMPUS

**Act  
Think  
Impact**