




#HelloMTI
12 février 2024

@kratiroff

INSPIRING IDEAS AND TALENT
TECHNOLOGY & INNOVATION

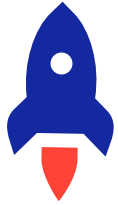




MASTÈRE MTI
CONFÉRENCE MARKETING & TRANSFORMATION
DIGITALE
PAR HUBERTKRATIOFF
FEV 2024







Act
Think
Impact

The old way
is getting
old.

On a
toujours fait
comme ça : ça ne
marche plus.

technology evangelist




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



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



LE
MARKETING
DIGITAL
DE
@àZ



UX



UX
CX
EX

SX

@kratiroff | ©2023

k ∞ QI x t x At




UX > CX

*En nombre :
plus de user que de client*

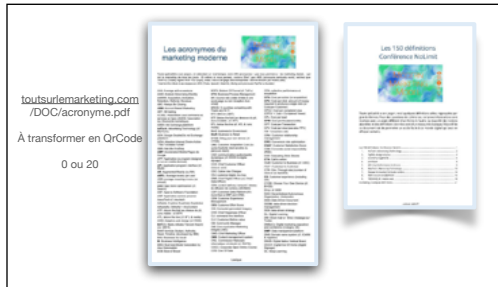
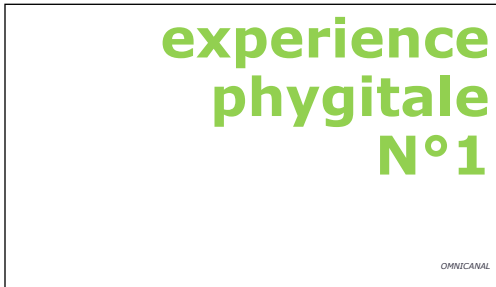
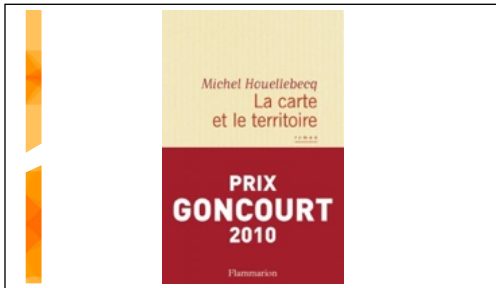
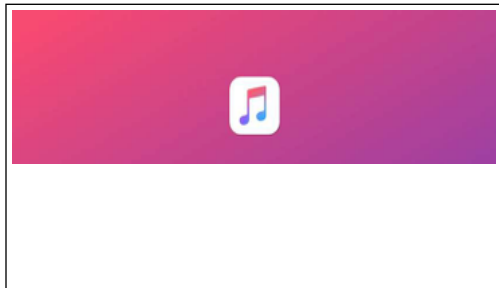
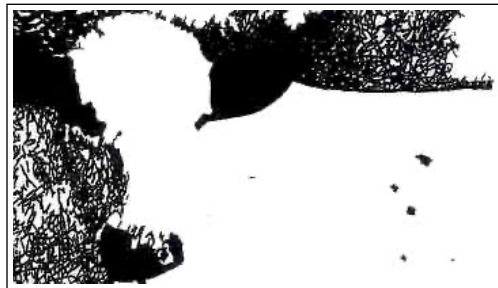
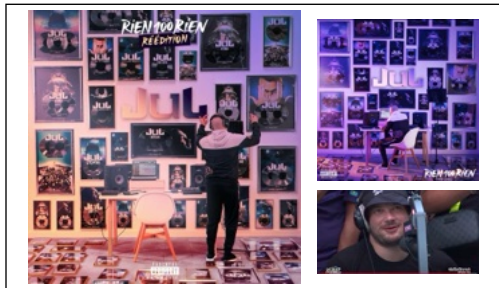
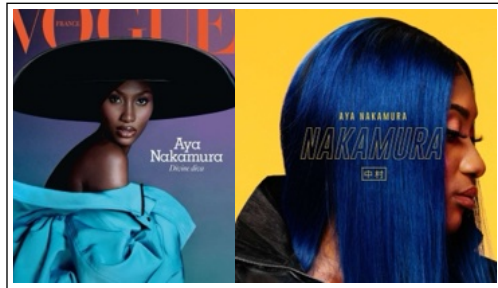
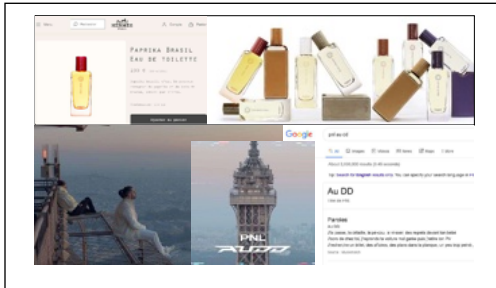
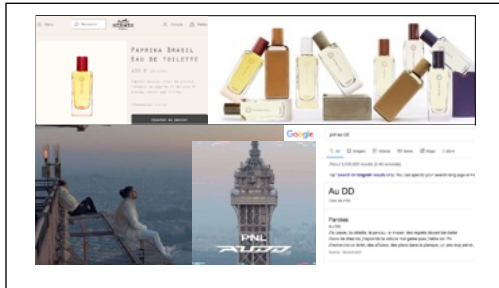
CX > UX

*En qualité : plus de contact
avec les client*

UX => UE
user engagement



**Blind
Test**



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

THIS PAGE IS INTENTIONALLY LEFT BLANK

mti

EP01
Digital Mindset

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

The biggest asset in the world is your mindset.

@kratiroff | © 2023

LEÇON INAUGURALE :
LES DÉFINITIONS DU MARKETING

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



~~SWOT~~

VUCA

~~SWOT~~ Volatilité
Incertitude
Complexité
Ambiguïté

~~4P~~

M3 Modern Marketing Model

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



Quelle célèbre entreprise interdit l'usage de powerpoint dans les réunions internes, préférant un document écrit de 6 pages à lire au début de la réunion ?

DÉF

Marketing sucks



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

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

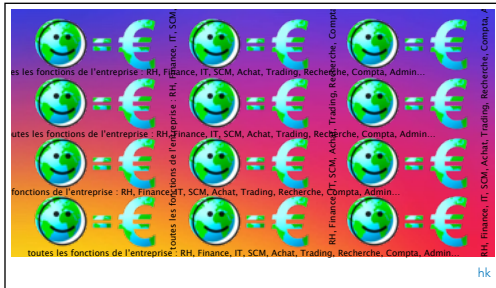
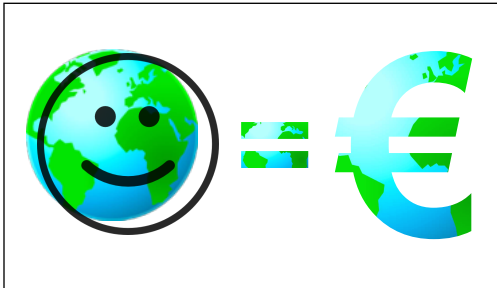
marketing
créer de la valeur pour l'écosystème, le client et l'entreprise

“Créer de la valeur pour tous”

hk

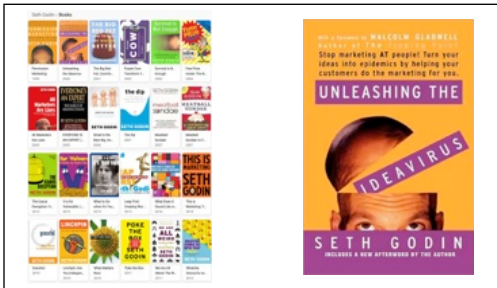
marketing
recherche de la valeur pour tous





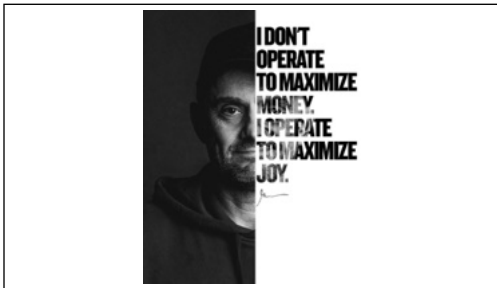
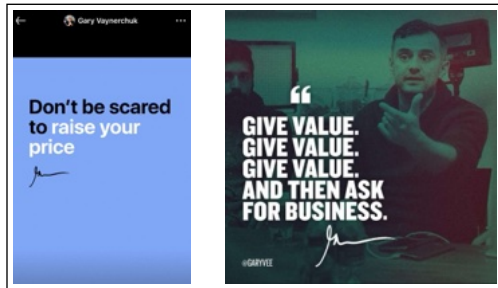
“**MARKETING IS NO LONGER ABOUT the stuff you make BUT ABOUT THE STORIES you tell.**”
- Seth Godin

“Don't find customers for your products, find products for your customers”
Seth Godin

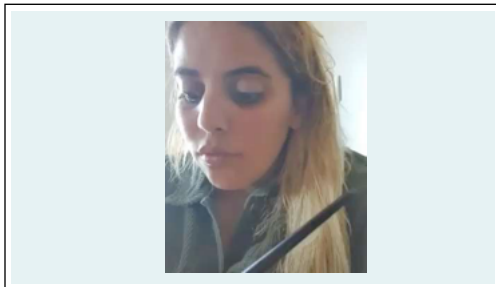
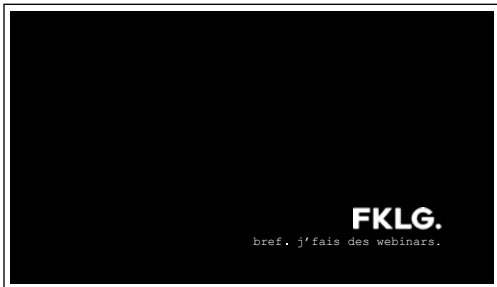
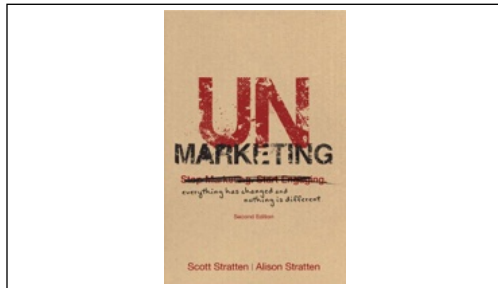


« meeting needs profitably »
Philip Kotler (2006 12^{ème} édition de Mkt Mgt)

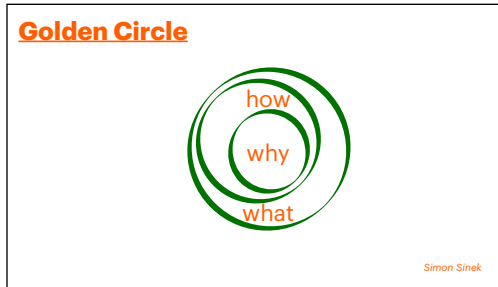
The best marketing strategy ever :
« **CARE** »
Gary Vaynerchuk
Stop selling. Start helping
Zig Ziglar



Stéphane Truphème
CaptainMarketing.io
Le Marketing est l'Art de la Conviction
Le marketing est devenu une méta-compétence



“**your happiness is my business**”
Inspiré par Gérard Néron & Paul Dubois



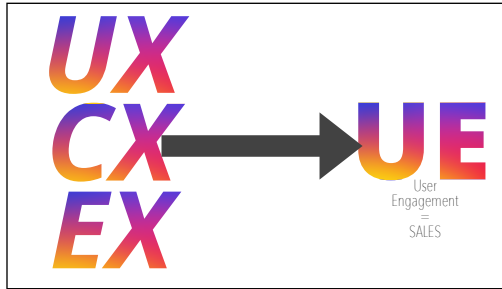
UX or CX

UX > CX

En nombre : plus de user que de client

CX > UX

En qualité : plus de contact avec les client



UX => UE

user engagement

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

1/ marketing de l'offre

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

2/ marketing de la demande

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



YouTube : vous pouvez désormais générer des revenus dès 100 abonnés

Formation : Se reconverter comme data engineer pour valoriser les données des entreprises

Podcast : 10 méthodes marketing à connaître

Culture web : Créer son blog : 5 conseils avant de se lancer

Formation : 5 dispositifs pour financer sa reconversion dans le digital

1. Meeting needs proficably
2. "Apporter de la valeur aux clients, à tout l'écosystème et à l'entreprise"
3. "Transformer la satisfaction du consommateur en profit pour l'entreprise"
4. ... > €
5. UX
6. CX
7. Make what people want instead of make people want the thing you do
8. Marketing is not the thing you do, it is the story of the thing you do
9. Stop selling start helping
10. CARE
11. Le marketing est le mécanisme économique et social par lequel individus et groupes satisfont leurs besoins et désirs au moyen d'offrir ce qu'ils considèrent comme un produit en fonction de l'analyse des attentes des consommateurs, en tenant compte des capacités de l'entreprise ainsi que de toutes les contraintes de l'environnement (socio-démographique, consommateur, légal, culturel...) dans lequel elle évolue
12. Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large

© 2013 American Marketing Association

17 définitions du marketing moderne

Choix de la meilleure définition selon vous...

Vos critères peuvent être divers et variés

toutsurlemarketing.com /mmm

INTERNET DIGITAL

Numérique
 invention, technologie, recherche, technique, scientifique, code, brevet, secret techno...

Digital
 innovation, utilisation, usage, assistance, clic commande, IHM (HCI), relation homme-machine...

Cyber
 cybernétique, sécurité, protection, hacker, virus, espionnage, militaire, défense, bureau des légendes, phishing, ransomware, PFH

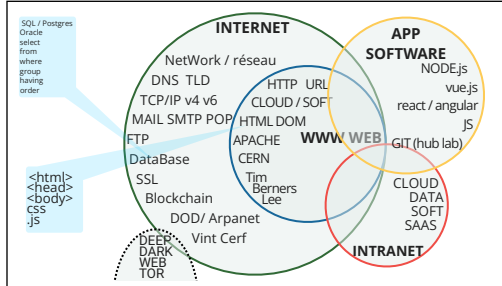
entreprise 1

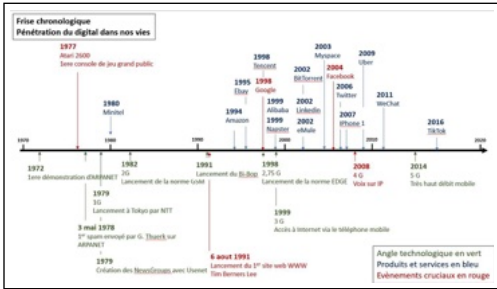
Numérique

entreprise 2

Digital

Cyber





Digital
 Numérique
 Cybernétique
 Éthique

=

DATA
 contrôle
 INDIVIDUEL
 personnalisation
 Politique
 moral

LA FIN DE LA CYBERSÉCURITÉ

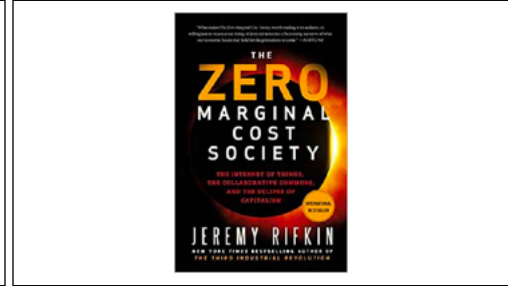
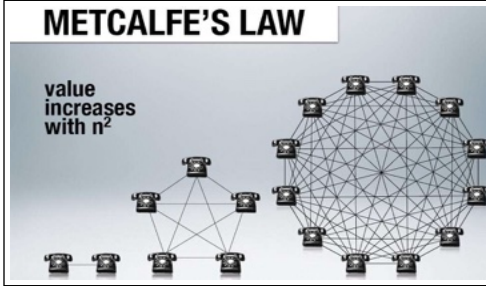
Après la fin d'internet et du digital... la fin des DSI ?

Internet = insécurité
AUCUN INVESTISSEMENT DANS VOTRE PROTECTION DIGITALE NE VOUS PROTÈGERA TOTALEMENT DES HACKERS. LE TEMPS D'UNE NOUVELLE STRATÉGIE EST VENU.

Vin Cerf
 Tim Berners-Lee
 Metcalfe
 Moore
 Rifkin

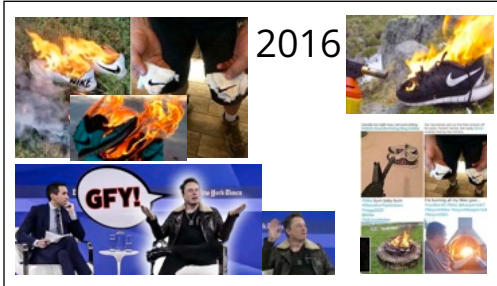
TCP/IP
 http
 network
 scaling
 3IR

internet arpanet 1970 → 81 (2 → 213 ordi)
 1969 TCP/IP
 email 1975
 IN2P3 voice next cube mac os
 cern tim berners le robert caillo 1989
 Mozaik → navigateur web 1993 image mise en page
 Yann ikon iksi open chrome vs flash vs xml vs W3
 Quiz : internet a 50 30 20 ans
 Quiz : Web a 20 30 40 ans
 Quiz : email a 20 30 40 ans
 timeline
 arpanet internet mail tcpip web html http mosaic mozilla firefox
 APP

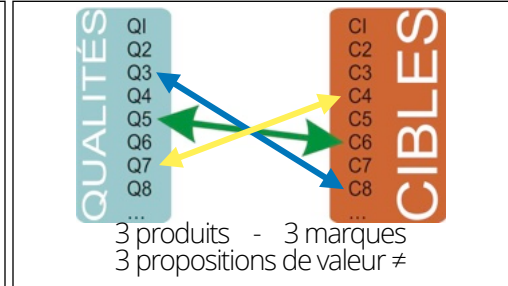
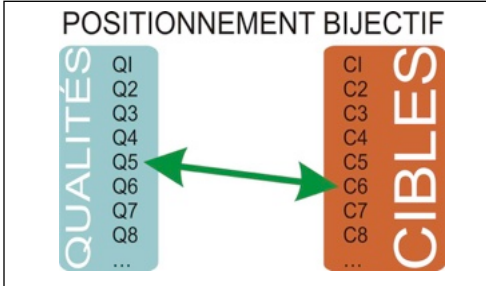


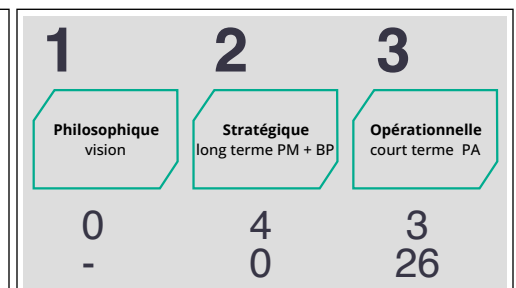
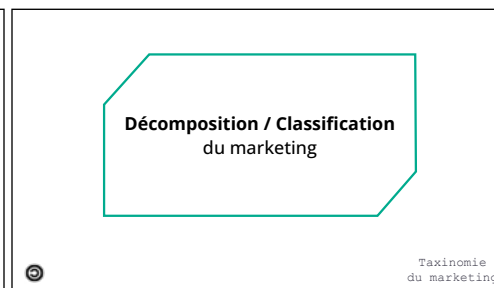
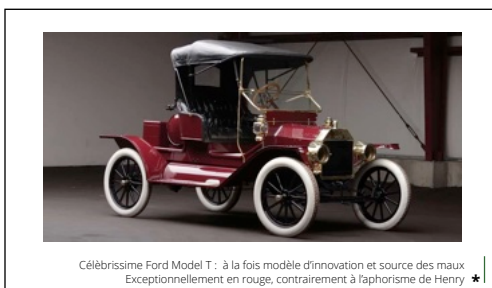
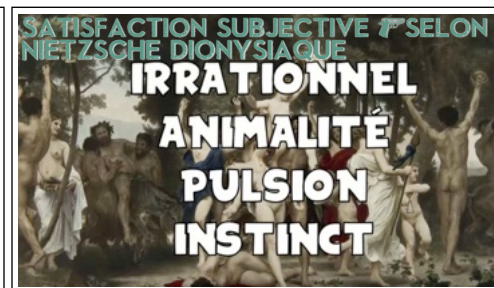
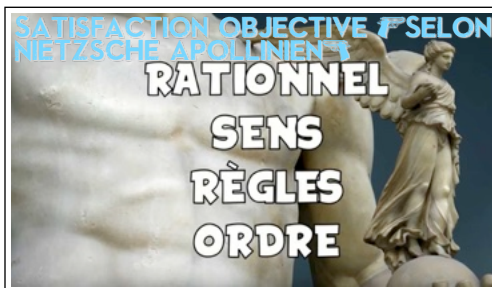
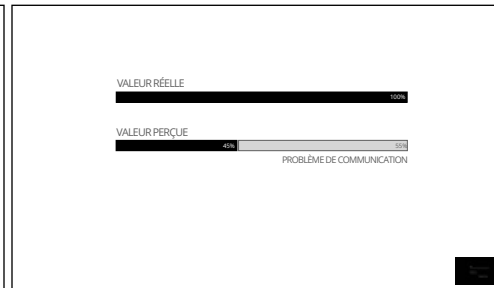
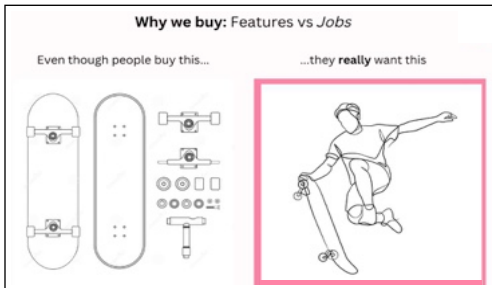
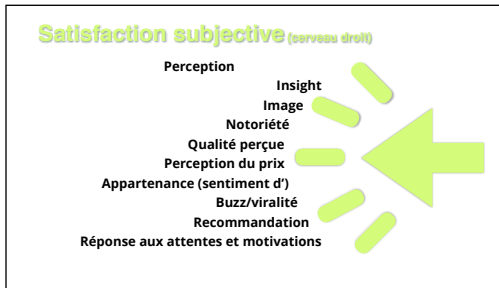
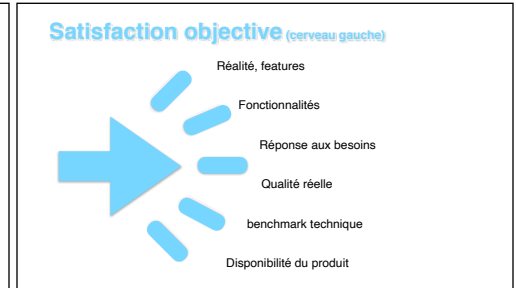
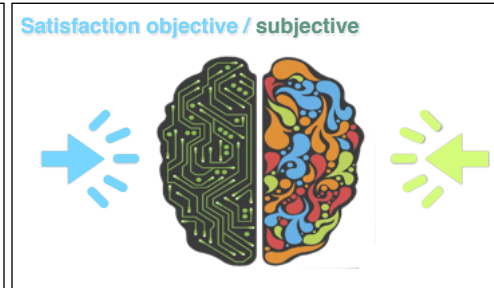
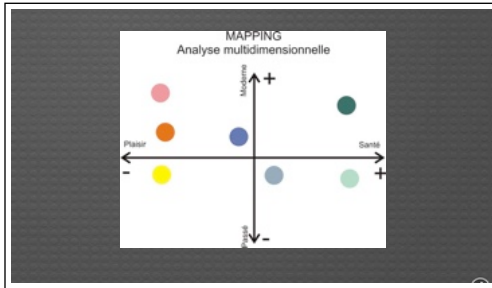
Satoshi Nakamoto
 Vitalik Buterin
 Pascal Gauthier
 Nicolas Julia
 Jensen Huang
 Sam Altman
 PNL JUL

Discipline reine du
 marketing
 =
 Positionnement



Discipline reine du
 marketing
 =
 Positionnement





Philosophie

1. Consommateur au centre
2. Démocratie marketing

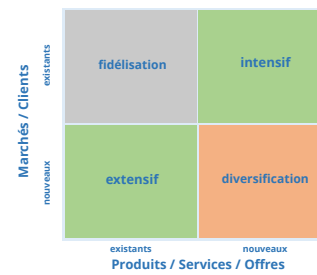
consumer focus
(customer obsession)

Marketing STRATÉGIQUE

Couple produit / marché

Fondamental du marketing
Sert de base à Ansoff
Sert de base au positionnement
Principe de la segmentation

Outil de réflexion universel



Marketing Opérationnel

=

26 moyens en 3 catégories EN FUSION
Digital vs. Classique vs. Trade

Marketing Opérationnel

26

M Mix

10

Trade / Retail Media

8

Digital M

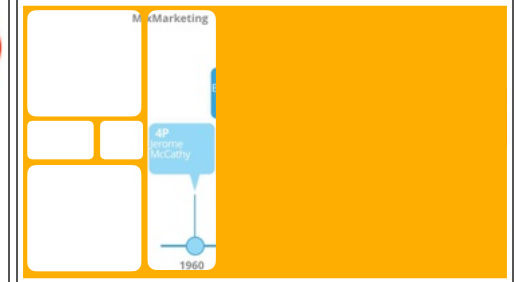
8

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



Trade/Retail marketing

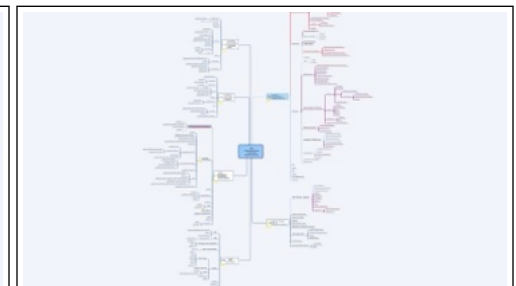
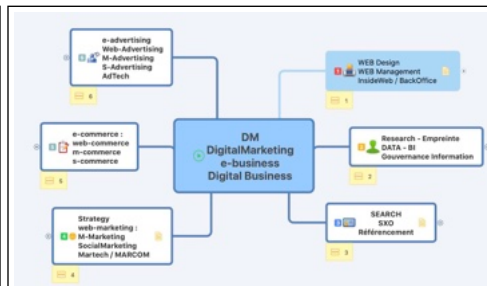
1. FDV
2. Retail Media
3. PIM Product Info Management
4. CGV, EDI, SCM & LOGistique (process)
5. COPromotion, comarketing, coadv
6. LOBbying / Public Relation
7. MERchandising / DOOH
8. Learn Marketing

Digital Marketing

1. Web Management
2. Data & Research management
3. Référencement (SEARCH)
4. Strategie (M/s/w)
5. Commerce (M/s/w)
6. Publicité (M/s/w)
7. ...
8. ...

Digital Marketing (BIS)

1. Web Management
2. Data & Research management
3. Référencement (SEARCH)
4. Web (Strat, com, pub...)
5. Mobile (Strat, com, pub...)
6. Social (Strat, com, pub...)
7. Metavers (Strat, com, pub...)
8.

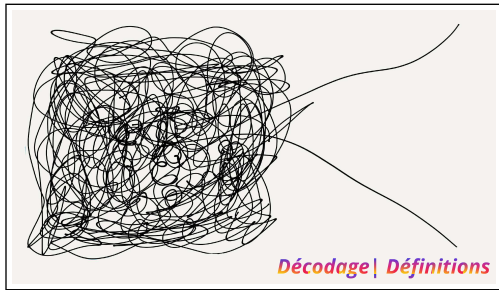




Taxinomie

UX physique face à face
web téléphone
mobile web 1 2
sociale web3
metavers in APP
push réseaux sociaux
réseau spé metavers
meta gén

DIGITAL mindset

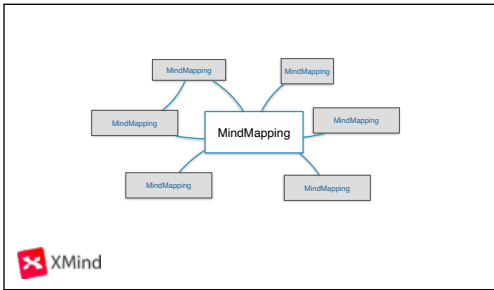


XMind

XMind 8
The Most Popular Mind Mapping Tool

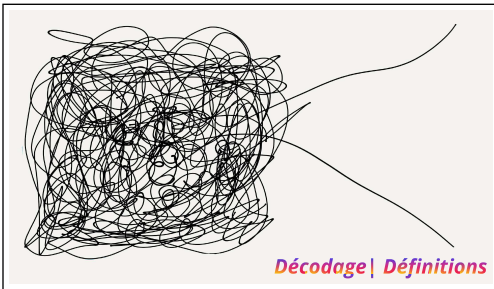
10th ANNIVERSARY

coggle.coggle.it



Whimsical

<https://whimsical.com/taxinomie-digital-marketing-VYSbbz1zKcL3FuuJHUB>



1

2

3

1 customer obsession
user centric
besoin utilisateur
pain point / problème
collaborateur
manager / équipe
cible / segment
GEN BXYZα
proposition de valeur
cas d'usage

2 parcours / UX
journey
point de contact
touchpoint
publicité / SAV
téléphone
conversation
sans couture
sans défaut
sans friction
differentiation
offre
pain killer
candy
vitamine

3 DATA
IOT
Connexion 4G
WiFi
BLE
capteur
tracking, tracing
JOB
NPS
MCA
IA
ML
DataLake
5V

1 2 3

Le WEB sans cookie, nous oblige à reconnaître nos utilisateurs (embasement)
... ou à les perdre !

Digital = Data

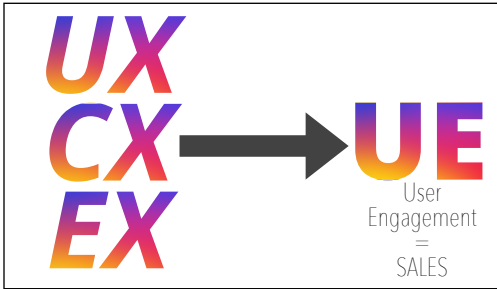


UX > CX

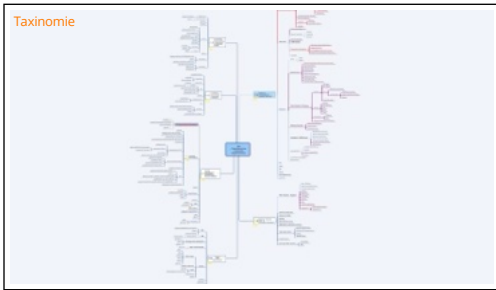
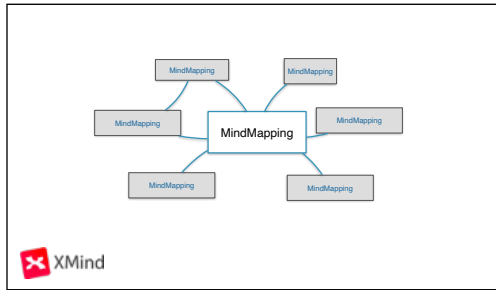
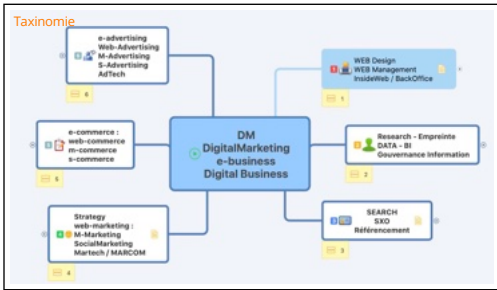
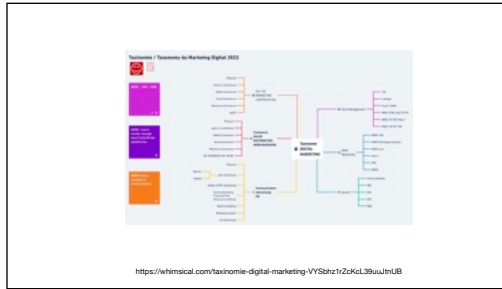
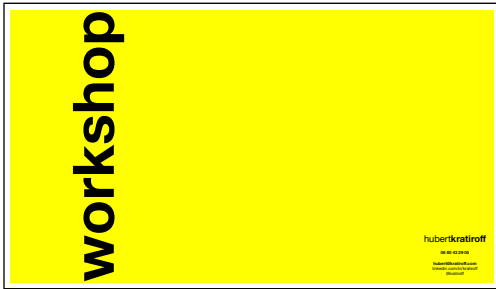
nombre plus de user que de client

CX > UX

qualité plus de contact avec les clients



- SAMSUNG
- 1 Un utilisateur a des attentes (client b2b, b2c, interne, business partner, stakeholder, shareholder)
 - 2 lorsqu'il rencontre la marque dans un parcours enchanté (points de contact, touchpoints, pas de friction, pas de couture, pas de défaut, fluide, simple, frictionless, seamless, flawless)
 - 3 il laisse des traces de son passage sous forme de données (connexion, tracking, tracing...)



UX

physique face à face
web téléphone
mobile web 1 2
sociale web 3
metavers in APP
push réseaux sociaux
réseau spé
meta gén

DIGITAL mindset

XMind

XMind 8
The Most Popular Mind Mapping Tool

coggle

coggle.it

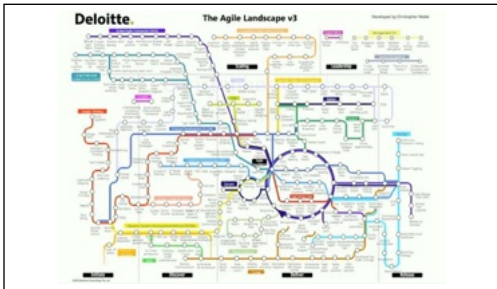


Taxinomie

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



NPS
Net Promoter Score

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Detractors Passives Promoters

Net Promoter Score (NPS) = % Promoters - % Detractors

NPS : NET PROMOTER SCORE

NPS Net Promoter Score

NPS (Net Promoter Score) développé par Fred Reichfeld (Bain & Co) en 2003 Harvard Business Review

Ce qu'il faut retenir / Key takeaway

- 1/ Calcul : (9+10) - (0 à 6) (sans 7 et 8)
- 2/ Question décalée : conseilerez-vous ?
- 3/ Fréquence : trimestrielle
- 4/ Toujours inférieur à la moyenne

1/ QrCode vers NPS



GRANDIR **ENSEIGNER** **ÉCARTER**

17 rue Pierre Semard - 38000 Grenoble
182 avenue Jean Lurien - 63000 Clermont

Act Think Impact

grandir-en.com