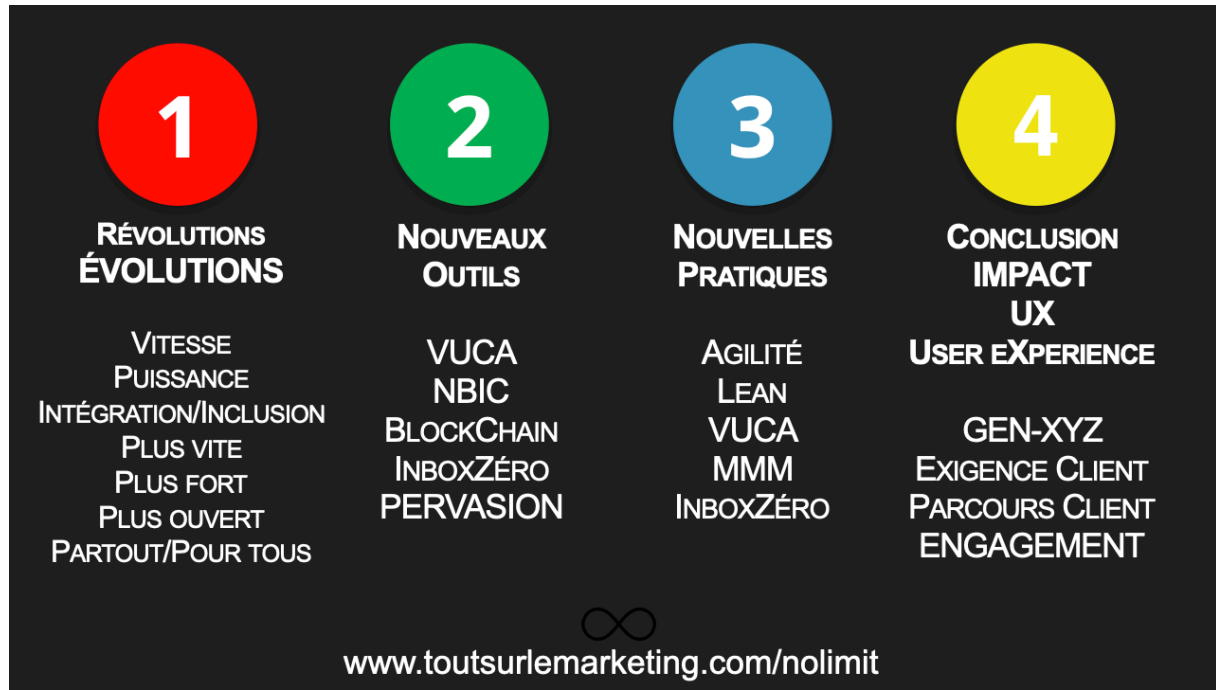

NoLimit

DATE : 2 juin 2020

HISTORIQUE : 2016-2020



intro

nolimit #newWorld / conférence digitale mais digeste / un monde qui a besoin d'assurance et peut être d'assureurs

A hk copyleft / partage

1- ampleur des révolutions transformation mutation digitale

2- solutions et attitudes pour en profiter

Attention aux vieilles recettes / Marketing définition / Swot Vuca

1 Concept Idée : L'évolution

B Vitesse volatilité alibaba tmall. 38 / spaceX exploration NASA BM partnership
(accélère par confinement)

C inclusif / intégration #cyber - numeric - digital / Transparence digital - mumeric - bien ou mal / démunis + illectronisme / diffusion pervasion / intégré slack, zoom, blockchain = processus agnostique

Distinction numérique vs. digital vs. cyber

Définitions

123 niveaux respectifs

D Effet papillon avec conséquence assurentielle une chauve souris en chine, ferme le monde / effet domino agricole / une faille informatique qui bloque un pays / plainte d'un paysan mexicain contre pétrolier US

le moustique est l'animal le plus meurtrier (entre 500 mille et 1 million malaria paludisme)
... insecticide ... modification ... chauve souris autre animal ... homme

Erik orsenna : moustique

E Gagner 2 ans en 2 mois remote / sans contact / resto livraison / Noqueue / prise de conscience écolo one health

F WQ1 : world quarantine 1 grand confinement / quel nom / innovation sous contrainte / acceleration de l'adoption des outils / digital adoucit la quarantaine / revelation des personnalité

2 Les nouveaux outils : technique

1- ampleur des révolutions transformation mutation digitale

2- solutions et attitudes pour en profiter **connaitre**

G L'outil s'impose pierre feu 4emeIR / NBIC / IA / quantique blockchain / API

nous sommes en renaissance 1455-1519

NBIC

4 ou 3 revolution

WEF

Rifkin J

Disruption et intégration

Serres M

Ferry L

Revert de médaille

Ccl : G to Z

H VUCA / MVS / Cas d'usage

gilet jaune / grève retraite / affaire griveau / pandémie /...

I Focus BlockChain

3 Nouvelles pratiques : Tendances applications : ce que vous pouvez attendre

1- ampleur des révolutions transformation mutation digitale

2- solutions et attitudes pour en profiter **NE PAS AVOIR PEUR (shakespeare embrasser 17e siècle +1616)**

I agile test learn copyleft intelligence collective

Slow Down iPhoneSE , slow innovation, cycle iPhone 12 cassé, 5G en suspens

J Monde d'après #newWorld BAU fini, carte territoire nelle géographie, nelle répartition des forces grace numeric digital / one health

K Importance des analyses Bi face revert de medaille / tjs chercher positif et négatif / Crise en chinois = danger + opportunité = Slack Î + se débarrasser des tropismes

L comité scientifique covid medecin + veto + socio + philo + étique + assureur
more blue economie

4 CONCLUSION : UX CX

de l'expérience vers l'engagement

UX Orelsan Basique

#GEN

Living services

Nolimit

Conférence étonnante et inspirante sur les possibilités infinies de l'écosystème digital et du monde de l'industrie... le territoire digital n'a pas de limite, il infuse partout. Et, ce qu'on ne peut éviter, il faut l'embrasser (selon William Shakespeare)

Le territoire réel du digital est plus vaste que la carte qu'on en dresse habituellement, la conférence tente de donner les limites réelles du digital en visitant le réellement (plus de 2 heures).

Le monde va plus vite, les clients montrent de nouvelles attentes, tous les marchés ouvrent de nouvelles opportunités sans limite... il ne faut pas perdre pied face à cette redistribution des cartes. Pour commencer, il faut connaître le vocabulaire du digital. Ensuite, il faut gérer la nouveauté, la vitesse, les opportunités : c'est le triptyque quotidien.

À la fin de la conférence, chacun découvre comment, à son niveau, il peut et doit prendre sa place aux différentes vagues digitales qui sont autant de propositions pour l'entreprise ou d'opportunités de carrière.

Mots clés :

NBIC, écosystème, révolution, hype cycle, VUCA

Sujets traités :

Les révolutions industrielles et culturelles

Les nouvelles attentes des nouvelles générations

Les nouveaux marketing

HBR, UX

Activités :

Mini site (toutsurlemarketing.com/nolimit)

Exercices collectifs

Démonstrations (app coding si temps suffisant)

QRCode, NPS, TypeForm, Canva

Interactions avec l'auditoire par l'application (SLIDO.com si connexion)

CONTENU ENVISAGÉ POUR LA CONFÉRENCE NO LIMIT

- Comprendre les « living services » et principalement les « liquid expectations » (sorte de benchmark intersectoriel des meilleures satisfactions) ;
- Homme augmenté (avec la Singularity University de Google) ;
- Importance de l'operating system de l'IOT (internet of things avec Sigfox, Lora...) ;
- Fin des enquêtes et méthodes de sondage et place au recensement ;
- Le Soft-Power, la démocratie liquide et quelques exemples de civic tech (Gov-App) ;
- « Code is art » démo live ;
- Les nouvelles utilisations des réseaux sociaux par les citoyens, par les marques, par les consommateurs...
- Place au petit malin : grâce au digital, on peut faire beaucoup avec peu (do more with less) ;
- Les nouveaux postes « C serie » d'avenir : CDO, CCO et CXO ;
- Le digital rend la duplication et la diffusion d'information si facile, si rapide que l'infobésité nous envahit. Face à cela, l'info-snacking permet de combattre le FOMO (Fear Of Missing Out) mais entraîne le sentiment de frustration de ne rien faire à fond ;
- Réalité augmentée et réalité virtuelle ;
- À part le digital detox, il n'y a pas de parade anti information, il faut s'attaquer aux racines du mal : le management ;
- Étude de l'environnement : VUCA (Volatilité, Incertitude, Complexité, Ambiguïté) ;
- Comprendre l'informatique et le code pour savoir ce qu'on peut attendre d'un programme, fut-il un algorithme prédictif !
- Revue de tout ce qui ne change pas... ou presque.

Conférence technique pour faire le point sur les nouvelles technologies et leurs implications dans la société. NoLimit ou le développement exponentiel du pire et du meilleur à grande vitesse.

Quelques exemples : Macron, Musk, Kalanick, Airbnb

NoLimit dans les réseaux sociaux et dans l'homme augmenté.

Reflexion philosophique aussi sur les contraintes que la Chine met sur internet et le bien qui en ressort mais aussi le bien des VTC qui tourne mal (notation étoile conduite à risque... queue de taxi) ou chaîne d'information (internet) et multiplication des journalistes et des fake news

Passage de la recherche à l'assistance par Google

Arrêter de chercher des choses que l'on sait déjà où trouver : ex un nouveau mot dont on veut vérifier la définition : il faut aller directement chez Wikipedia ou CNRTL

PRÉSENTATION

Conférence inspirante, visionnaire, pratique, motivante... pour comprendre non seulement ce qui se passe aujourd'hui mais ce qui se passera demain. Et peu importe qu'on aime ou déteste ce monde digital à titre personnel... professionnellement nous devons tous « ... ne pas détester mais comprendre » Spinoza

Le digital fait partie intégrante du BAU (Business As Usual) ; tant et si bien qu'il est maintenant inutile de préciser si tel processus est digital ou pas. Tout est digital et il n'y a pas d'abris anti-numérique... « Ce qui ne peut être évité, il faut l'embrasser » Shakespeare

Cette conférence fait le tour de l'état de l'art digital et embrasse toutes les nouvelles technologies et leurs implications exponentielles.

OBJECTIFS PRINCIPAUX DE LA CONFÉRENCE

NO LIMIT

- Revue de l'état de l'art digital et synthèse de la réflexion des grands courants de pensée ;
- Projection dans les nouvelles pratiques, attentes, implications du monde digital ;
- Prise de conscience des possibilités d'arrivée de nouveaux acteurs disruptifs ;
- Compréhension de la valeur client à travers le parcours client (examen du Digital Journey et des TouchPoints).

CONTENU ENVISAGÉ POUR LA CONFÉRENCE NO LIMIT

Si cette conférence avait lieu en avril 2016 voici quelques uns des thèmes qui y seraient développés (il est évident que le monde digital nous offrira de nouveaux sujets dans les 9 mois qui nous séparent de la conférence) :

- Comprendre les « living services » et principalement les « liquid expectations » (sorte de benchmark intersectoriel des meilleures satisfactions) ;
- Homme augmenté (avec la Singularity University de Google) ;
- Importance de l'operating system de l'IOT (internet of things avec Sigfox, Lora...) ;
- Fin des enquêtes et méthodes de sondage et place au recensement ;
- Le Soft-Power, la démocratie liquide et quelques exemples de civic tech (Gov-App) ;
- « Code is art » démo live ;
- Les nouvelles utilisations des réseaux sociaux par les citoyens, par les marques, par les consommateurs...
- Place au petit malin : grâce au digital, on peut faire beaucoup avec peu (do more with less) ;
- Les nouveaux postes « C serie » d'avenir : CDO, CCO et CXO ;
- Le digital rend la duplication et la diffusion d'information si facile, si rapide que l'infobésité nous envahit. Face à cela, l'info-snacking permet de combattre le FOMO (Fear Of Missing Out) mais entraîne le sentiment de frustration de ne rien faire à fond ;
- Réalité augmentée et réalité virtuelle ;
- À part le digital detox, il n'y a pas de parade anti information, il faut s'attaquer aux racines du mal : le management ;
- Étude de l'environnement : VUCA (Volatilité, Incertitude, Complexité, Ambiguïté) ;
- Comprendre l'informatique et le code pour savoir ce qu'on peut attendre d'un programme, fut-il un algorithme prédictif !
- Revue de tout ce qui ne change pas... ou presque.

Ce document peut être téléchargé sur : toutsurlemarketing.com/nolimit

QUELQUES CITATIONS « NO LIMIT »

Quelques citations inspirantes de quelques grands penseurs des mondes nouveaux... et pas forcément digital !

« Rien n'est permanent, sauf le changement » Héraclite

« My New Year's resolution is to learn to code with Codecademy in 2012 ! » NYC Mayor Michael Bloomberg

« Everybody should learn to program a computer, because it teaches you how to think » Steve Jobs

« Measure what is measurable, and make measurable what is not so » Galileo

« The CMO will spend more on IT than the CIO » Mark Benioff

« If you can't measure it, you can't manage it » Peter Drucker

« Focus on how to be social, not how to do social » Jay Baer

« 90% trust peers on social networks (even strangers); only 15–18% trust brands » Danny Brown

« Make stuff people want » Paul Graham

« Advertising is the price companies pay for being unoriginal » Yves Béhar (Swiss designer and entrepreneur)

« People ignore design that ignores people » Frank Chimero

« If it isn't on Google, it doesn't exist » Jimmy Wales (Wikipedia founder)

« The more we share ideas, the more we will get out of it! » Hubert Kratiroff

TAKEAWAYS

Mini site NoLimit

Vidéo NoLimit

Listing de définitions numériques

Listing d'acronymes

PROJECTION

Pendant la conférence la projection d'un diaporama type PowerPoint est prévu.

Il est possible qu'une technologie type Prezi soit retenue ou mieux un film d'animation (dans ce cas un dispositif spécial de projection sera demandé).

Voir exemple de vidéo sur : nouveaux-marketing.com/nolimit.html

Mini bio de HK

Hubert Kratiroff est un évangéliste technologique (technology evangelist). Après une carrière en marketing (chef de produit, puis responsable marketing et finalement directeur marketing Europe pendant 15 ans) puis en informatique (fondateur, gérant et codeur d'une SSII leader dans les logiciels hospitaliers pendant 15 ans), il a développé des compétences en digital marketing et management avec une double spécialité sur les études de cas et la mise en place de bonnes pratiques et outils logiciels.

Hubert Kratiroff est un full stack marketer : capable d'analyser une situation de définir une stratégie et de l'appliquer par l'utilisation des outils informatiques et de la programmation. Inventeur du XP (Extreme Programming) en 1995 et adepte des méthodes AGILE, SCRUM, LEAN qu'il utilise en informatique, il les importe dans le management des équipes marketing. Enfin il est signataire du Modern Marketing Manifesto et milite pour un data driven marketing.

Hubert Kratiroff intervient en cours et en conférences sur les sujets du marketing, du management et du digital. Il est expert APM en trade marketing et digital marketing. Il est auteur de « Fonction chef de produit marketing » et « marketing moderne » chez Dunod et « Stratégie marketing » chez Éditions d'Organisation. Il est professeur de marketing et d'économie digitale à GEM, HEC, EM-Paris, CNAM et EM-Montréal. Il est diplômé de l'ESLSCA (1985), de ASHRIDGE (MBA 1995) et du CNAM (DESS de mercatique interprofessionnel 2001) Voir document complet sur : <http://nouveaux-marketing.com/nolimit.html>