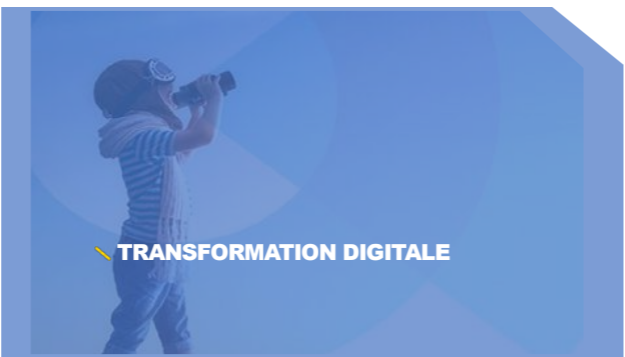


Transformation Digitale



Voyage dans le DEEP WEB
#new-WORLD

janvier 2022

OBJECTIFS

- Prendre la dimension de l'écosystème digital, de sa vivacité, de sa temporalité, de sa frugalité, de ses valorisations...
- Maîtriser les impacts digitaux sur le travail et le management
- Différencier le progrès, des inventions et des innovations et choisir les bonnes options pour chaque équipes avec une éthique égale
- Projeter les 5 stades de la transformation digitale réussie
- Anticiper les innovations à saisir et prendre un temps d'avance
- Comprendre les nouvelles attentes des collaborateurs et des clients

L'environnement et la concurrence

Le futur du travail : hybride

L'utilisation éclairée des technologies

Les attentes utilisateurs

Enjeu de l'UX (expérience utilisateur)

5 questions de complexité croissante à éclaircir pendant la journée en intelligence collective



HUBERT KRATIROFF 06 80 43 29 05 HUBERT@KRATIROFF.COM

Technology Evangelist
Professeur d'économie numérique, auteur, rédacteur

Hubert a une expérience professionnelle variée mais centrée sur le marketing et l'informatique avec des expériences dans le B2C, B2B et même dans les médias publics. Après 15 ans de parcours dans de grands groupes, Hubert a créé une DSI spécialisée dans les logiciels médicaux (27 personnes, investies en 2015). Hubert a toujours consacré 10% de son temps à la formation. Auteur de nombreux ouvrages et publications sur la fonction chef de produit et digital.

Spécialité des études de cas pédagogiques et des cas de professionnels. De cabinet conseil à son atelier pour créer le groupe à aider au développement des objectifs commerciaux. Hubert est basé en région parisienne.

Compétences clés	<ul style="list-style-type: none"> Techniques et transformations digitales ou agiles Création de contenu marketing, vente Engagement des équipes Change management Audit de compétences et adaptation des pédagogies Spécialité UX, CX, EX
Expériences professionnelles en entreprise	<ul style="list-style-type: none"> Direction marketing et commerciale Fondateur et directeur d'entreprises (ESN et agences) Missions en incubateur (Stratof, école et VC)
Expériences Éducation	<ul style="list-style-type: none"> Renault - digital - Sales - digital et marketing - Samsung - digital et data - Groupama, Conforama, Engie, L'Oréal, FOPH, Alcyon, Orange, Zodiak, Orange... Formations et conférences - Nulim, NewWorld, Hybride ou Agile, Digital Mindset, Scale the startup, DigitalCDS, HubertHubert.com Evening, conférences
Formations	<ul style="list-style-type: none"> ES-SICA 1985 ABERDEE COLLEGE (MBA), CNAM (DESS marketing industrial), PSM (Prof Scum Master)
Langues d'intervention	<ul style="list-style-type: none"> Français, Anglais




Transformation Digitale

Voyage dans le DEEP WEB avec hubert kratiroff en 5 questions et 5 parties.

Un nouveau digital mindset pour aborder ce #new-world. C'est le FOE (future of economics), mais aussi le FOW (future of work) grâce au FOT (future of technology). Celui qui change tout c'est le client : place au FOM (future of marketing)... quelle expérience !!!

Quelle expérience ?




EX, INBOUND MARKETING, PERSVASION, LIQUID EXPECTATION, DNVB, DISRUPTION MARKETING, VUCA, UX, BLOCKCHAIN, HYBRID, ENGAGEMENT, FOM, FOX, METAVERS, CX, PLATFORM, FOW, CONTENT STRATEGY, CRYPTOCURRENCY, GAMIFICATION, SSTI, GAFAMS, VOC, FOM, FOX, METAVERS

LesNouveauxMarketing.com/digitalmindset

Voyage dans le DEEP WEB avec hubert kratiroff en 5 questions et 5 parties





Environnement Digital

1

Future of Economy : FOE

janvier 2022


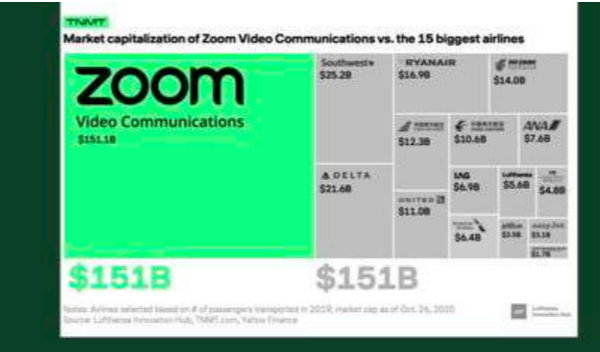



FOE





≈

NETFLIX > DISNEY






GAFA

GAFA MSH
 NATU BEY
 BATX BDH

GAFA MSH
 Google* Amazon Facebook* Apple Microsoft Salesforce Huawei**
 NATU BEY
 Netflix Airbnb Tesla Uber Booking Expedia Yandex
 BATX BDH
 Baidu Alibaba Tencent Xiaomi Bytedance DJI Hikvision

Valorisation APPL
 3000 milliards (plus que CAC 40 ou PIB FR)
 42 ans pour 1000 / 2 ans pour 2000 / 14 mois pour 3000
 R&D Apple : 25 milliards par an
 Achète une société tous les 25 jours

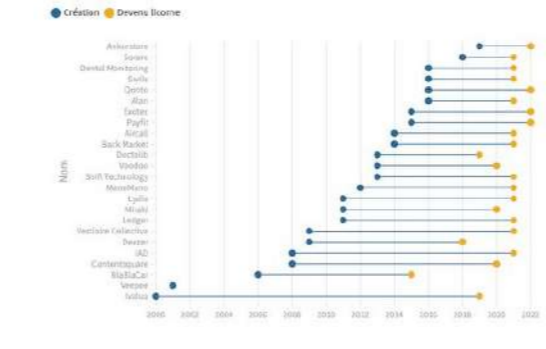
Valorisation GAFAMS plus que PIB EU

servicisation
 disruption
 uberisation
 tycoonisation

Qui perturbe les BATXBDH ?



La FRENCH TECH NEXT40
 La FRENCH TECH FT120





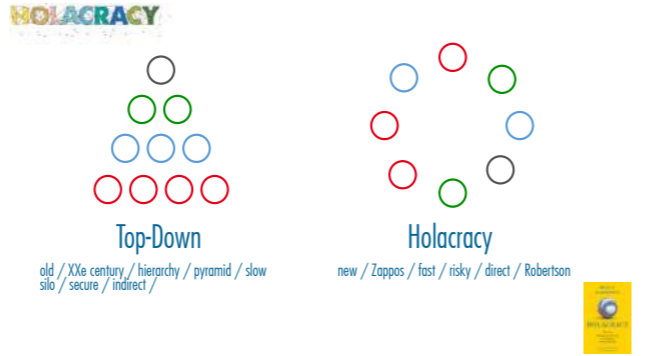
DNVB

servicisation
disruption
uberisation
tycoonisation
plateformisation



DeFi : decentralized finance

DAO: decentralized autonomous organization



1/ L'environnement et la concurrence

Le futur du travail : hybride

L'utilisation éclairée des technologies

Les attentes utilisateurs

Enjeu de l'UX (expérience utilisateur)

5 questions de complexité croissante à éclaircir pendant la journée en intelligence collective

À la lumière des BATXBDH, qui disrulte SOCOTEC ?

Quels seront les prochains concurrents de SOCOTEC ?

5 questions de complexité croissante à éclaircir pendant la journée en intelligence collective

~~SWOT~~

VUCA

~~SWOT~~ Volatility
Uncertainty
Complexity
Ambiguity

VUCA

HBR 2014

Nathan Bennett et G. James Lamone
« What VUCA Really Means for You », Harvard Business Review, 01/2014.

<p>complexity</p> <p>Characteristics: The situation has many interconnected parts and variables. Some information is available or can be produced, but the volume or nature of it can be overwhelming to process.</p> <p>Example: You are doing business in many countries, all with unique regulatory environments, tariffs, and cultural nuances.</p> <p>Approach: Recruiters, linguists or service specialists, and build up resources adequate to address the complexity.</p>	<p>volatility</p> <p>Characteristics: The challenge is unexpected or unstable and may lack sufficient duration, but it's not necessarily hard to understand; knowledge about it is often available.</p> <p>Example: From Hurricane after a natural disaster takes a supplier off-line.</p> <p>Approach: Build in slack and derive resources in preparation for impact; stockpile inventory or overbuy talent; these steps are typically expensive, your investment should match the risk.</p>
<p>ambiguity</p> <p>Characteristics: Casual relationships are completely novel; no precedents exist; you face "unknown unknowns."</p> <p>Example: You decide to enter into innovative or emerging markets or to launch products outside your core competencies.</p> <p>Approach: Experiment, understand risks and what requires generating. Experiment or test things first. Develop your experience so that a novel event can be readily applied.</p>	<p>uncertainty</p> <p>Characteristics: Despite a lack of other information, the event's basic cause and effect are known. Change is possible but not given.</p> <p>Example: A competitor is pushing product launch earlier than yours and the market.</p> <p>Approach: Invest in information—collect, interpret, and share it. This is done in conjunction with structural changes, such as adding information systems networks, that can reduce ongoing uncertainty.</p>

Harvard Business Review



Bob Dylan

Kendrick Lamar

PSY 5 milliards de vues
YouTube : 6M€ de droit +



10B



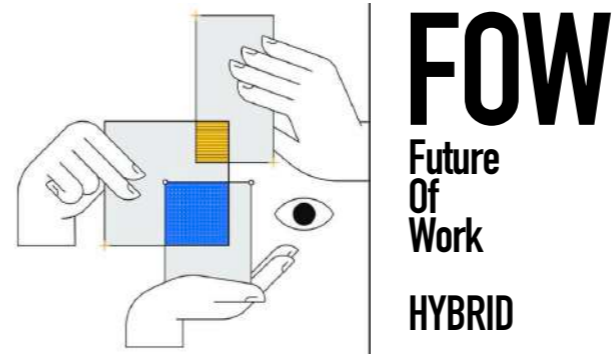
R22B ???



Le travail hybride
Future of Work

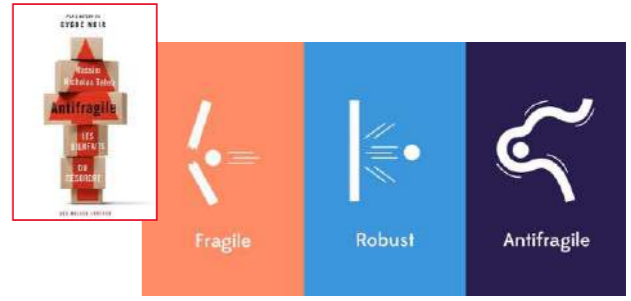
2

FOW

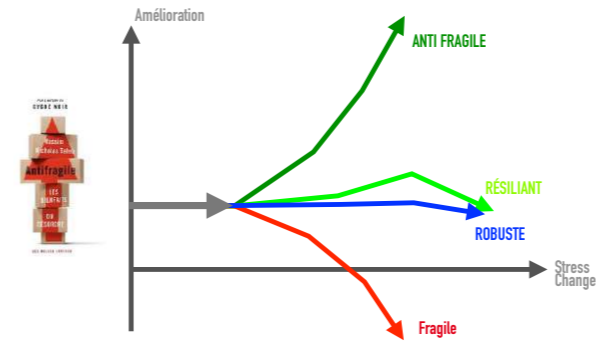
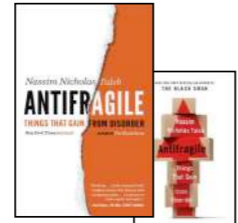


#NewWork
build 2022

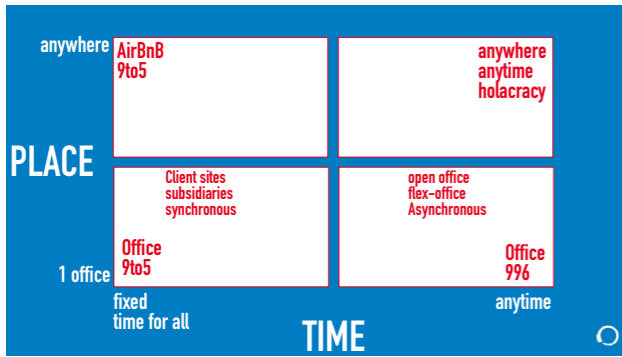
THE BIG QUIT



KINTSUGI ET ANTIFRAGILITÉ



Le travail hybride est un dosage de travail :
 ○ à la maison, chez le client, au siège, en agence, en coworking, mobilité...
 ○ synchrone, asynchrone, batch
 ○ en groupe, seul, en équipe
 Chacun doit définir ses modalités de travail hybride et les partager.



WorkYourWorld : 6 semaines à l'étranger



Les trois quarts de la surface du siège du groupe Unilever France sont désormais aménagés en espaces de «co-création», collaboratifs et informels, à grand confort de mobilier confortable. Crédit : Unilever

8 jours par mois en entreprise

Salariés hybrides
=
Augmentés

Clients hybrides
=
solutions et communication
personnalisées
carte vs. menu imposé

Ventes hybrides
=
Omnicanal

Outils digitaux
Salariés hybrides
Travail hybride
Management hybride
Ventes hybrides
Clients hybrides

Clients hybrides
Ventes hybrides
Travail hybride
Management hybride
Salariés hybrides
Outils digitaux

?

80% des salariés français
souhaitent un travail hybride
avec un paradoxe hybride

Paradoxe hybride :
remote mais besoin de contact
équilibre vie privée/pro :venir au bureau
mais rester à la maison
27% GenZ souhaite l'hybride



Travail hybride =
Moins de contrôle
Pas de micro-management
Demande protéiforme des
salariés
Besoin d'adaptation aux
clients

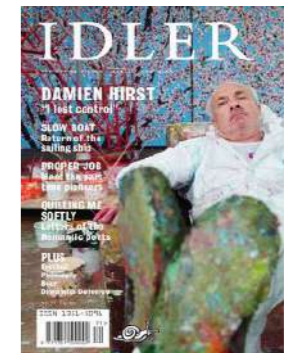
Management hybride
=
AGILE
vs. contrôle / présentiel



CoWorking Card
CoWorking Ticket



W@J@ Work. Share. Live.



L'environnement et la concurrence

2/ Le futur du travail : hybride

L'utilisation éclairée des technologies

Les attentes utilisateurs

Enjeu de l'UX (expérience utilisateur)

5 questions de complexité croissante à éclaircir pendant la journée en intelligence collective

Quel est le futur des bureaux (agence siège et tiers-lieux) ?

Quels seront les outils du quotidien ?

Quel est le futur du travail et du management ?

5 questions de complexité croissante à éclaircir pendant la journée en intelligence collective

Agile :
seul moyen de
s'adapter à
l'hybride

hybride
=
agile²

AGILITÉ
=
responsabilité décentralisée
+ confiance
+ mesures régulières
+ droit à l'erreur
+ tâches de petite taille
+ vitesse de livraison de la valeur
+ itération et test&learn

Sources :
McKinsey
BCG
Microsoft
Cadremploi
NextGenEntreprise
HBR

Environnement Digital

3

Voyage dans le DEEP WEB

janvier 2022

em lyon business school

FOT

em lyon business school

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

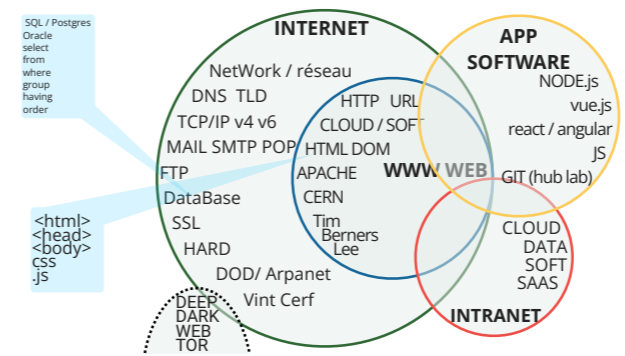
1 2 3

Numérique

Digital

Cyber

LE BUREAU DES LEGENDES



Digital
Numérique
Cybernétique
Éthique

=

DATA
contrôle

=

INDIVIDUEL
personnalisation

=

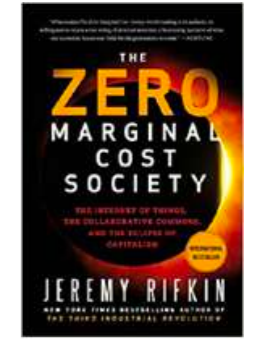
Politique
moral

Vin Cerf
Tim Berners-Lee
Metcalfe
Moore
Rifkin

Satochi Nakamoto
Vitalik Buterin
Pascal Gauthier
Nicolas Julia
PNL

METCALFE'S LAW

value increases with n²





PERVASION

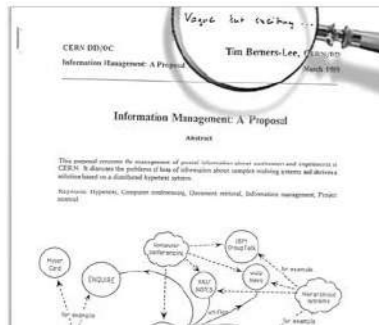
NBIC

Le futur est déjà là ; mais il n'est simplement pas réparti équitablement

William Ford Gibson (1948-) cyberspace noir prophète

J'aime dire que la transformation digitale est finie.

Aurélien Jean
LP CEO et Fondateur
In Silico Ventures, LLC



NBIC

NBIC

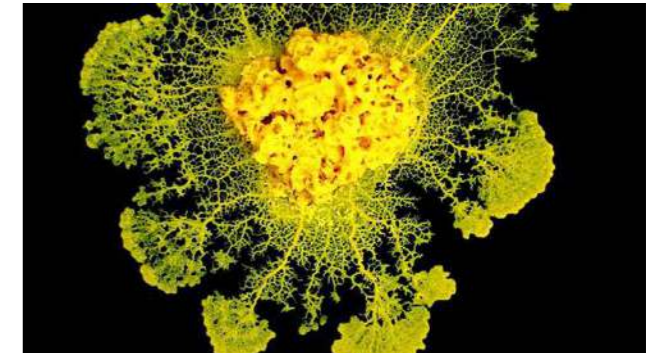
Nano (techno, matériaux, graphène, H)

Bio (techno, mimétisme, blob, axolotl)

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

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

IKB79



Senet et Eutelsat s'associent pour un réseau LoRaWAN IoT véritablement mondial

FUTURA SCIENCES

Le graphène, un matériau miracle

Des travaux en laboratoire montrent que des transistors en graphène sont potentiellement capables de déformer les transistors en silicium, ouvrant la voie à des ordinateurs plus performants car plus rapides et plus petits. Etant 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 ordinaires 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

Hype Cycle for Blockchain, 2021

Gartner

WorkShop

Les 9 tendances technologiques Gartner.

- 1/ L'internet des comportements « Internet of Behaviors » qui découle de l'« Internet of Things »
- 2/ L'expérience totale : multixpérience (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

People centricity	Location independence	Resilient delivery
Internet of Behaviors	Distributed cloud	Intelligent composable business
Total experience strategy	Anywhere operations	AI engineering
Privacy-enhancing computing	Cybersecurity mesh	Hyperautomation

Combinatorial innovation

Les 9 tendances technologiques Gartner.

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

Gartner

WorkShop

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 multixpérience (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.

Gartner

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'efficiency 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.

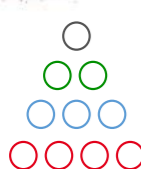
Le maillage de la cybersécurité est une approche architecturale distribuée pour un contrôle de la cybersécurité évolutif, flexible et fiable. La crise sanitaire a fait que la plupart des biens et des dispositifs sont désormais connectés en dehors des paramètres de sécurité physiques et logiques traditionnels.

Gartner

facebook horizon metaverse

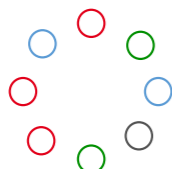


HOLACRACY



Top-Down

old / XXe century / hierarchy / pyramid / slow
silo / secure / indirect /

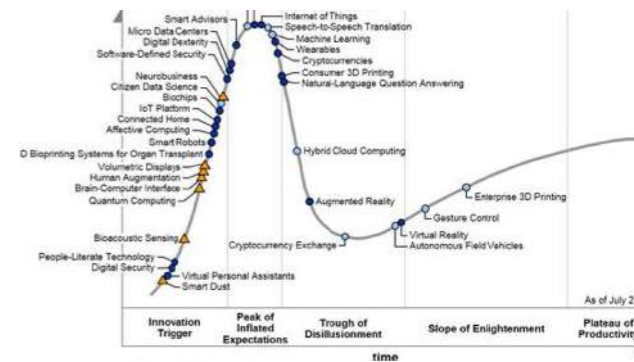


Holacracy

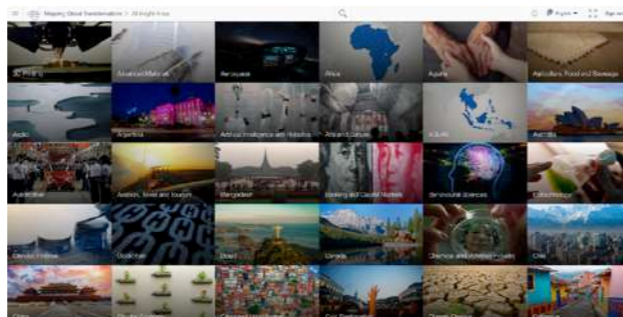
new / Zappos / fast / risky / direct / Robertson



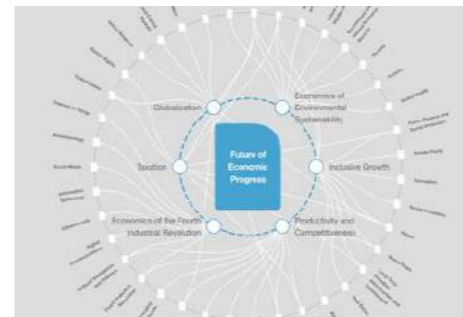
Software is eating the world
WEB 1.0 → 3.0



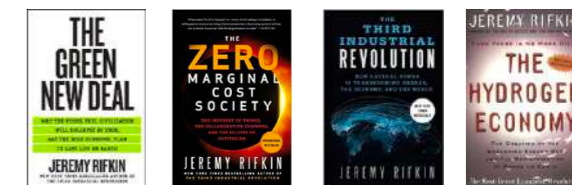
	WEB 1 1990-2005	WEB 2 2005-2015	WEB 2 2015-2022	WEB 3 2022-2030
Réactivité	Semaine	Jours/Heures	Temps réel	Continu
Interaction	Requête / réponse READ ONLY	À la demande ÉCHANGE DE DONNÉES	Automatique	Confiance ÉCHANGE DE VALEURS
Ressources	Contenus	USC Contenus Généré par Utilisateurs	Recommandation personnelle	IA
Données	Sémantique	Dynamique	Algorithmique	Décentralisée
Producteurs	Éditeur ex: wikipedia	Utilisateur et/ou ex: FB, TWTR	Utilisateur anonyme	Blockchain ex: soram, ledger
Type	Portage statique HTML CSS	Réseau Interactif JAVASCRIPT	Réseau dynamique IA / ML	IoT / QR BLOCKCHAIN



<https://toplink.weforum.org/knowledge/explore/all>
<https://toplink.weforum.org/knowledge/insight/a1Gb000001hXcwEAE/explore/summary>



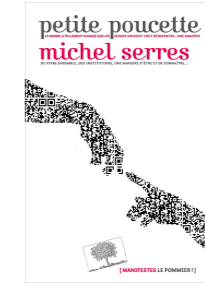
<https://toplink.weforum.org/knowledge/explore/all>
<https://toplink.weforum.org/knowledge/insight/a1Gb000001hXcwEAE/explore/summary>





3^{ème} révolution industrielle
Vapeur + moteur
Électricité
NBIC (inclus NTIC)

Michel SERRES	Luc FERRY
-3000 écriture	1800 Vapeur
1450 imprimerie/chiffre	1900 Électricité
2000 NBIC	2000 NBIC



Révolutions :
 social
 économique
 technologique

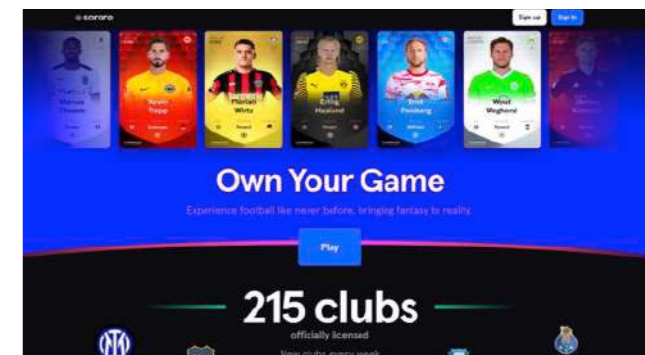
AGRI...
INDUSTRIALISATION
TERTIARISATION
DIGITALISATION

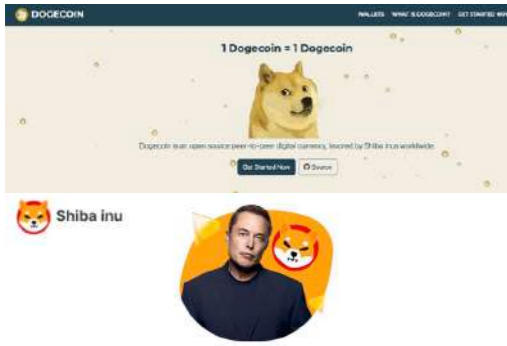


**BLOCK
 CHAIN**



Beeple 69 millions
 Blockchain
 NFT non-fungible
 tokens

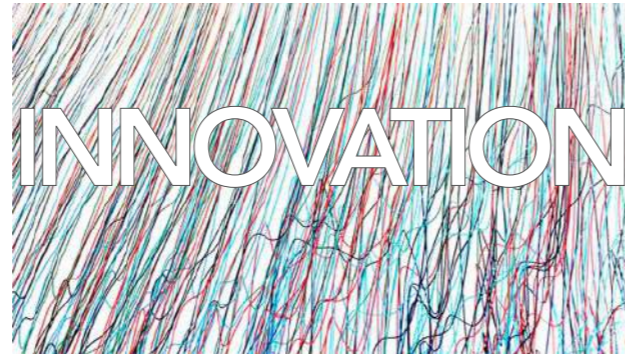




SaaS
IaaS
PaaS
Subscription
Rental
Servitization

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

servicisation
disruption
uberisation
tycoonisation
plateformisation



L'environnement et la concurrence
Le futur du travail : hybride
3/ L'utilisation éclairée des technologies
Les attentes utilisateurs
Enjeu de l'UX (expérience utilisateur)
5 questions de complexité croissante à éclaircir pendant la journée en intelligence collective

Innovation vs. Progès ?
Pourquoi et comment intégrer des nouvelles technologies dans TOUTES les offres SOCOTEC ?
5 exemples par personne
5 questions de complexité croissante à éclaircir pendant la journée en intelligence collective

Le plus important en 4ème position l'utilisateur, client, partie prenante
4
VOC
customer obsession
janvier 2022
early makers since 1872
em lyon business school

FOM
early makers since 1872
em lyon business school

JEOPARDY!

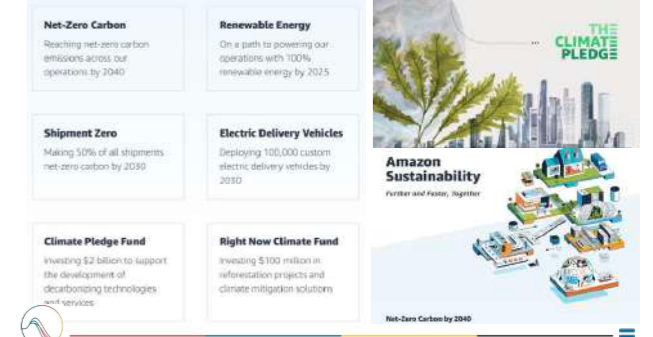
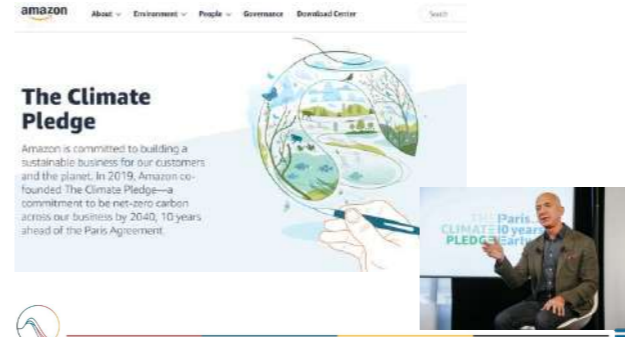
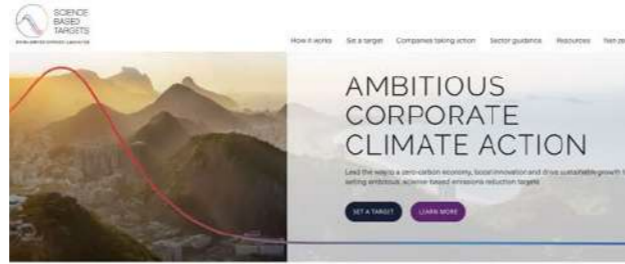
???????
creating value for companies, customers, & ecosystems

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



LE BÂTIMENT RESPONSABLE DE DEMAIN NE SERA PAS SEULEMENT UN BÂTIMENT SOBRE EN ÉNERGIE, MAIS AUSSI BIEN CONNECTÉ À SON TERRITOIRE. SOUCIEUX DE SON EMPREINTE CARBONE ET DE SA FAIBLE UTILISATION DE RESSOURCES PRIMAIRES DANS TOUT SON CYCLE DE VIE, ANTICIPANT SES MUTATIONS POSSIBLES COMME SA DÉCONSTRUCTION, SE PRÉOCCUPANT DE LA SANTÉ ET DU CONFORT DE SES USAGERS, ET ÉCONOMIQUE EN EXPLOITATION.
BUILDING TRUST FOR A SAFER & SUSTAINABLE WORLD

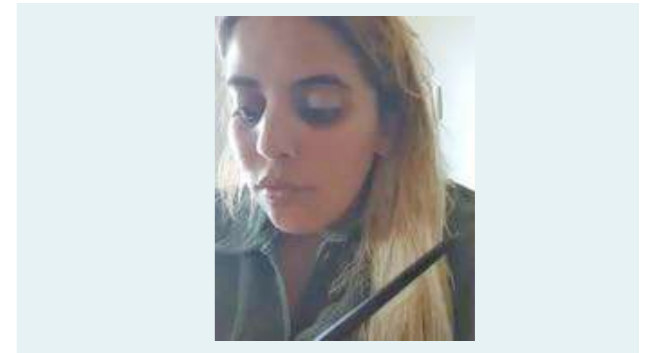
Science Based Targets initiative (SBTi)



Neutral ≠ ZERO
 ZERO ≠ ZERO CO2 carbon
 carbon neutral -> NET ZERO CARBON -> NET ZERO



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



“your happiness is my business”



Aphorisme de Hubert Kratoff
 Inspiré par Gérard Pélisson & Paul Dubrule

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



INBOUND

Question :
qui sont les
utilisateurs ?

B2

	B	C	G	R	E	M
B	B2B	B2C	BtoG	BtoR	BtoE	
C	CtoB	CtoC	CtoG	CtoR	CtoE	
G	GtoB	GtoC	GtoG	GtoR	GtoE	
R	RtoB	RtoC	RtoG	RtoR	RtoE	
E	EtoB	EtoC	EtoG	EtoR	EtoE	EtoM
M	MtoB	MtoC		MtoR	MtoE	MtoM

#GEN

- #GEN n'a pas d'âge
- #GEN préfère le contenu online natif
- #GEN visite 3 réseaux /j
- #GEN passe 10h/j devant un écran
- = 50% de la population occidentale



CONTENT

\\vs.
FOMO

Jean-Luc



« J'ai un beau métier, mais mes priorités sont ailleurs. Mon employeur n'est pas mon seul centre d'intérêt »

Jean Luc 36 ans est pilote de ligne depuis 3 ans dans une compagnie low cost européenne

Nom	Jean-Luc	Revenus	
Age	36	Ville	
Vie à Avec	Paris Jeanne Sans enfant	Fréquences	
Education	Supérieure (ingénieur école xyz promo 91)	Niveau Technique	
CV	pilote entreprise 1 Pilote entreprise 2	Usage mobile	
Passionné d'aviation et de modèle réduits		Know How	
Passionné de races de chiens et de voyages en Asie			

Millennials ???

Lost ... Greatest ... Silent ...

BabyBoomer (1940 - 1965 +/- 6 ans)

GenX (1955 1985 +/- 8 ans)

GenY = Millennials (1979 1999 +/- 5 ans)

GenZ = Digital Natives = GEN C (1994 2007 +/- 4 ans)

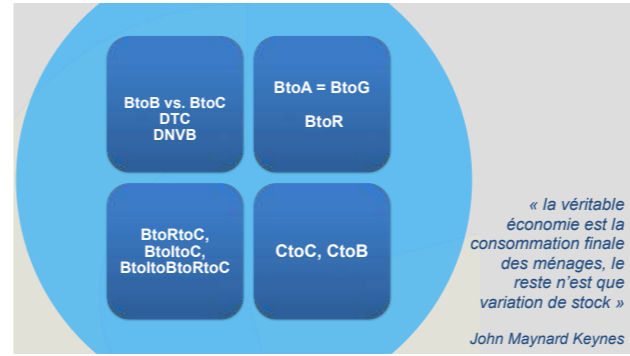
alphaGEN ? = 2008 - 2020 ?

SingularityGeneration 2020 / MARS Gen 2030

KOL (key opinion leader)
GEN XYZ
Future shapers
«Affluent People»
Influenceurs (mini macro)

BRAND CONTENT

\\vs.
content strategy



Nouvelles Attentes

Pourquoi se contenter du minimum ?



DNVB = DTC

Digital Native Vertical Brand



#GEN



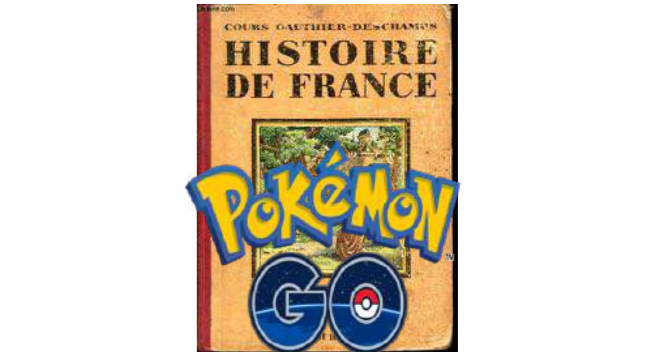
1999 : web et internet
 2015 : mobile
2020 : Living Services

source : Google, Accenture

If you're not on Google,
 You don't exist



LS Living Services



L'environnement et la concurrence
 Le futur du travail : hybride
 L'utilisation éclairée des technologies
 4/ Les attentes utilisateurs
 Enjeu de l'UX (expérience utilisateur)

5 questions de complexité croissante à éclaircir pendant la journée en intelligence collective

Par la VOC, quelles sont les liquid expectations de vos utilisateurs / clients / parties prenantes (fournisseurs, élus, bailleurs sociaux ...) ?

5 questions de complexité croissante à éclaircir pendant la journée en intelligence collective

Environnement Digital

5

Voyage dans le DEEP WEB

janvier 2022

early makers since 1872

em lyon business school

FOX

early makers since 1872

em lyon business school

#newWorld new normal

FOE Future of Economic Platforms
FOW Future of work
FOI Future of Internet
FOX Future of Experience & Marketing
FOM Future of Marketing

EX INBOUND MARKETING PERSVASION
DISRUPTION MARKETING YUCA
PERSONA UX
HYBRID ENGAGEMENT
CX PLATFORM

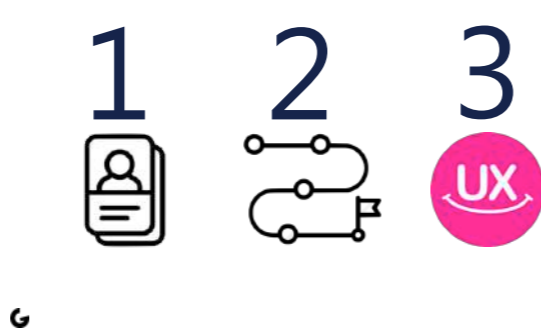
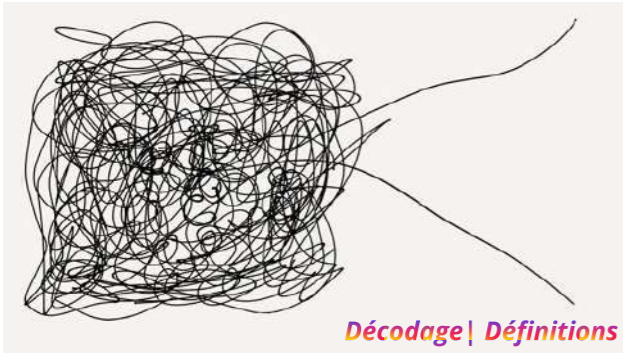
LIQUID EXPECTATION
VOC
FOM
FOX METAVERS

DNVB
GAFAMS
FOX
CONTENT STRATEGY CRYPTOCURRENCY

Blockchain
NBIC
SRTI
GAMIFICATION

Le futur du travail hybride
L'activation totale des technologies
Les attentes utilisateurs
L'expérience utilisateur

UX or CX



- 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
journey
point de contact
touchpoint
publicité / SAV
téléphone
conversation
- 3 expérience
sans couture
sans défaut
sans friction
différentiation
offre
pain killer
candy
vitamine

- 1 2 3
- Le WEB sans cookie,
nous oblige à reconnaître nos utilisateurs
...
ou à les perdre !

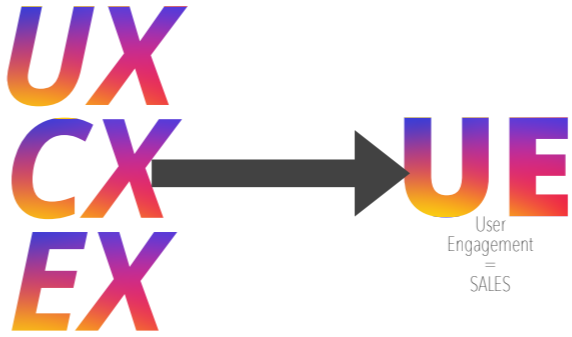
Digital = Data

UX > CX

nombre
plus de user que de client

CX > UX

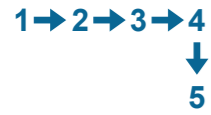
qualité
plus de contact avec les clients



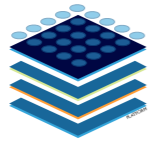
- SAMSUNG
- 1 Un utilisateur a des attentes (client b2b, b2c, interne, business partner, stakeholder, shareholder)
- 2 lorsqu'il rencontre la marque (points de contact, touchpoints)
- 3 dans un parcours enchanté (pas de friction, pas de couture, pas de défaut, fluide, simple, frictionless, seamless,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



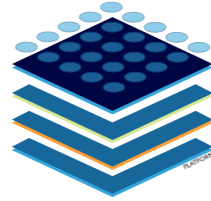
économie classique
intermédiaires



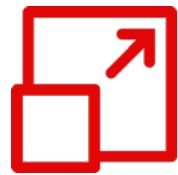
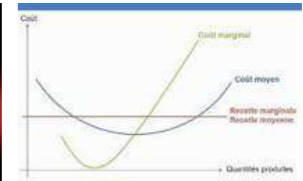
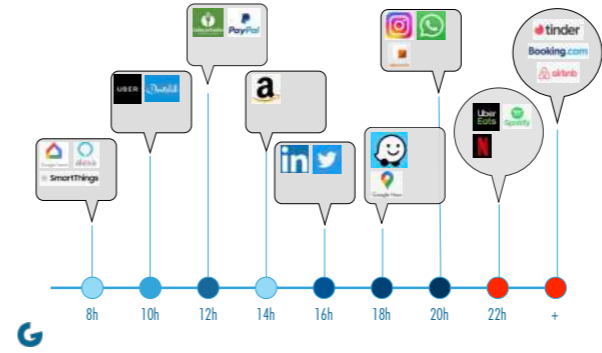
économie plateforme
couches



Plateforme multi-couches



- 1/ écosystème
- 2/ données
- 3/ réseau / commercial / transactions
- 4/ infrastructure logicielle / virtuelle
- 5/ actifs réels et tangibles



ScaleUp
Passage à l'échelle

L'environnement et la concurrence

Le futur du travail : hybride

L'utilisation éclairée des technologies

Les attentes utilisateurs

5/ Enjeu de l'UX (expérience utilisateur)

5 questions de complexité croissante à éclaircir pendant la journée en intelligence collective

De quoi SOCOTEC peut être la plateforme ?

5 idées par personne

5 questions de complexité croissante à éclaircir pendant la journée en intelligence collective

Impact Digital

Pas de pause

Pas de fin

Actions immédiates

Voyage dans le DEEP WEB

early makers since 1872

emlyon business school

https://emlyonbs.qualtrics.com/jfe/form/SV_6Kgd1weUsz2Zut?Q_CHL=qr

