



DIGITAL MINDSET

 31 mars 2022

 CASRA





 @kratiroff | © 2022



AGIR CHAQUE JOUR

DANS VOTRE

INTÉRÊT



ET CELUI DE LA

SOCIÉTÉ



technology evangelist

 hubert@kratiroff.com




UX

@kratiroff | @2022

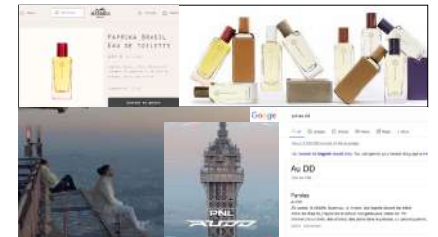
UX

CX

EX

SX

k ∞ QI x t x At

expérience

phygitale

N°1



 lesnouveaux

 marketing.com/

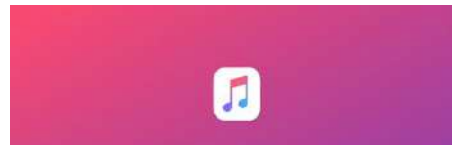
 digitalmindset

ou Google :

 GEM digital mindset

 ou

 digital mindset conference



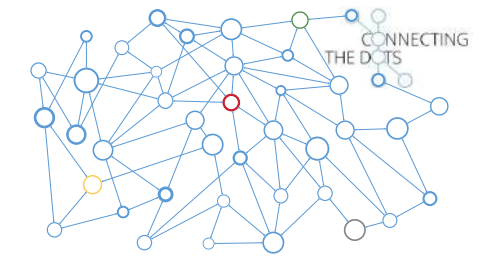
Michel Houellebecq

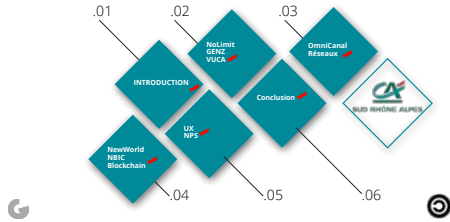
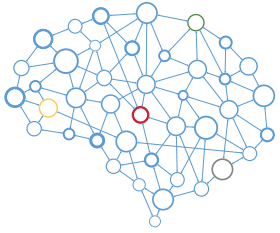
 La carte

 et le territoire

PRIX GONCOURT 2010

Flammarion

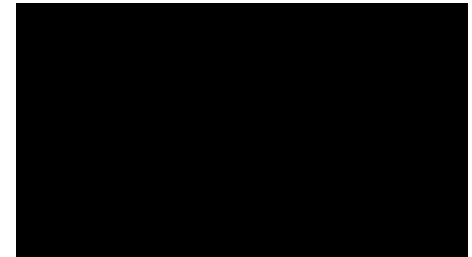




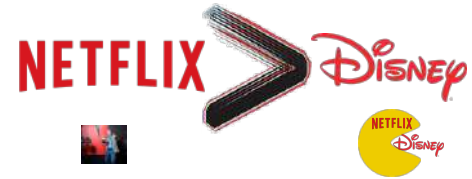
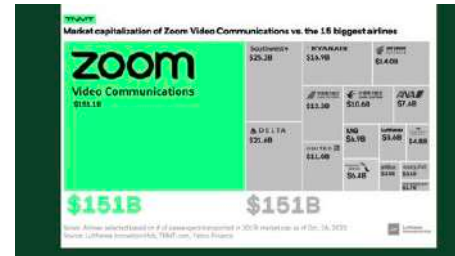
EX INBOUND MARKETING PERSONA
DISRUPTION MARKETING VUCA
PERSONA HYBRID ENGAGEMENT
CX PLATFORM

UX
BLOCKCHAIN NSIC
LIQUID EXPECTATION
VOC
FOM
FOX METAVERS

DNVB
GAFAMS
FOV CONTENT STRATEGY CRYPTO CURRENCY



EP01



85

wikinomics blue GIG
thingonomics (IoT) economics new
expectation micro sha | ring macro
offer **economy** neuro
platform nudge gift
barter collaborative market
attention comportementale

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

G A F A

G A F A M S H
 N A T U B E Y
 B A T X B D H

G A F A M S H
 Google* Amazon Facebook* Apple Microsoft Salesforce Huawei*
 N A T U B E Y
 Netflix Airbnb Tesla Uber Booking Expedia Yandex
 B A T X B D H
 Baidu Alibaba Tencent Xiaomi Bytedance DJI Hikvision

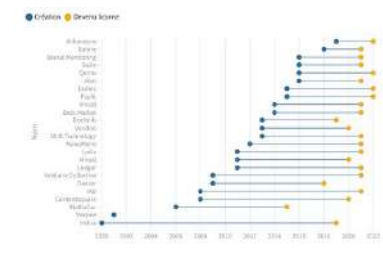
Valorisation APPL
3000 milliards (plus que CAC 40 ou PIB FR)
 42 ans pour 1000 / 2 ans pour 2000 / 14 mois pour 3000
 R&D Apple : 25 milliards par an
 Achète une société tous les 25 jours
Valorisation GAFAMS plus que PIB EU

* Alphabet ** Meta = MAAA

*** Twitter / Cisco / Oracle

servicisation
 disruption
 uberisation
 tycoonisation

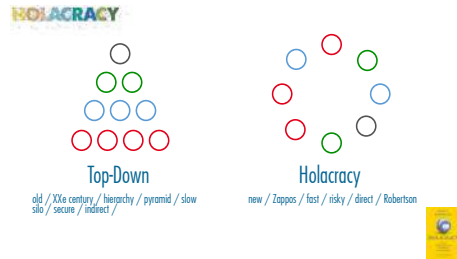
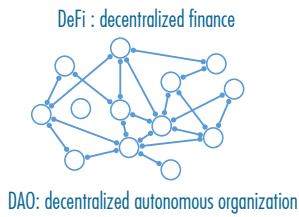
Qui disrupte
 les
 BATXBDH ?



D N M B

servicisation
 disruption
 uberisation
 tycoonisation
 plateformisation





~~SWOT~~

VUCA

~~SWOT~~ Volatility
Uncertainty
Complexity
Ambiguity

VUCA

HBR 2014

complexity
The modern world is more interconnected and volatile. These interdependencies make it difficult to predict the future. Example: supply chain disruptions.

volatility
The volatility of the market is increasing. Example: stock market fluctuations.

ambiguity
The future is uncertain. Example: technological advancements.

uncertainty
The future is uncertain. Example: economic conditions.

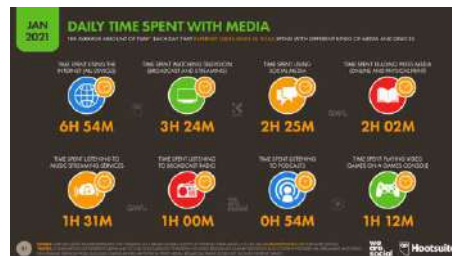
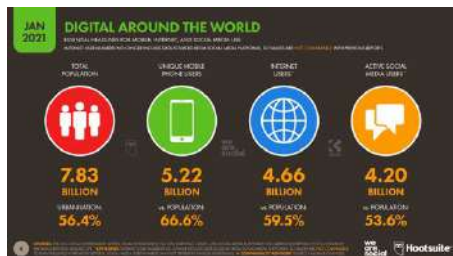
Harvard Business Review



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

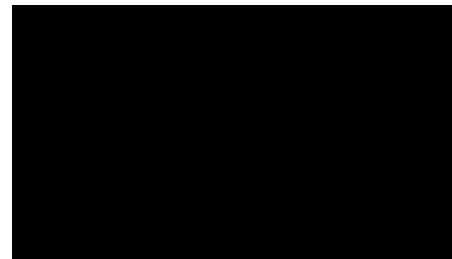
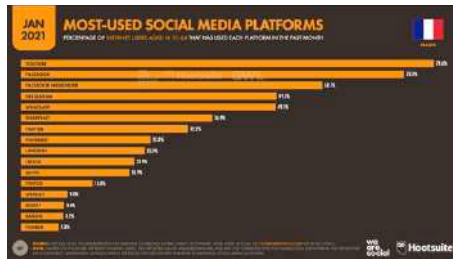


10B

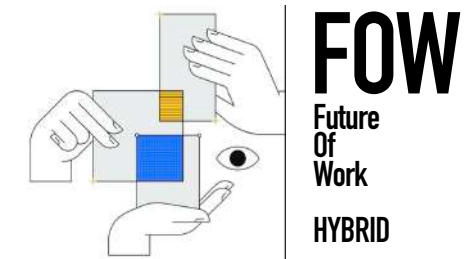


JAN 2021 TOP WEBSITES BY TRAFFIC (SEMRUSH)

RANK	WEBSITE	TOTAL VISITS	UNIQUE VISITS	TRAFFIC PER VISIT	TRAFFIC PER VISIT
1	GOOGLE.FR	218	85	254	2.8
2	LEFIGARO.FR	180	100	180	1.8
3	LEPARISIEN.FR	174	100	174	1.7
4	LEMONDE.FR	170	100	170	1.7
5	LEFIGAROIMMO.FR	168	100	168	1.7



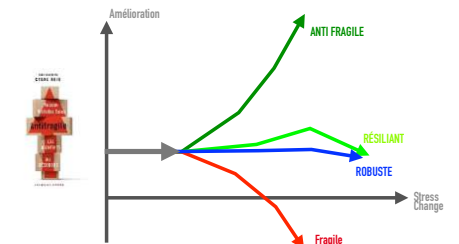
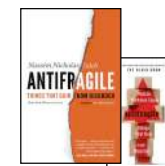
EPO2



THE BIG QUIT



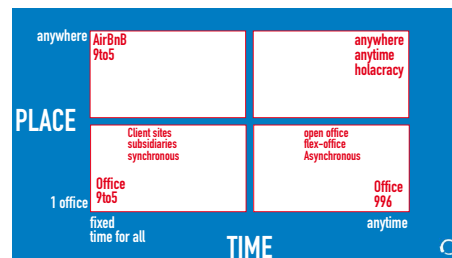
KINTSUGI ET ANTIFRAGILITÉ



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.



Salariés hybrides
=
Augmentés



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



Ventes hybrides
=
Omnicanal



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



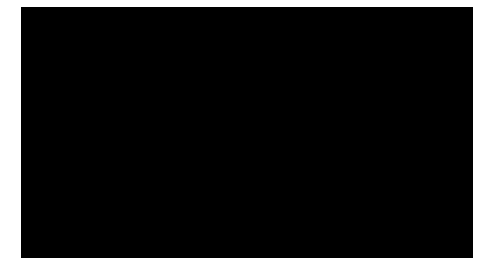
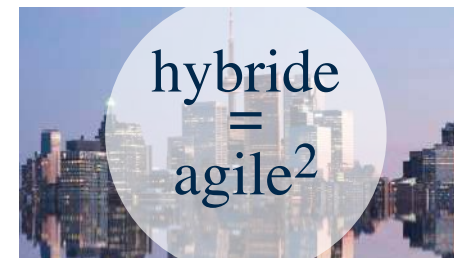
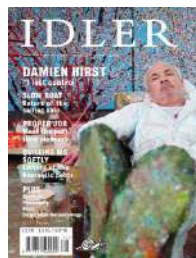
Travail hybride =
Moins de contrôle
Pas de micro-management
Demande protéiforme des
salariés
Besoin d'adaptation aux
clients



Management hybride
=
AGILE
vs. contrôle / présentiel



CoWorking Card
CoWorking Ticket




EPO3

FOT




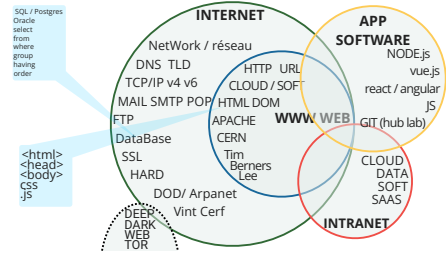
Numérique
invention, technologie, recherche, technique, scientifique, code, brevet...

Digital
innovation, utilisation, usage, assistance, commande, clic, relation homme-machine...

Cyber
sécurité, protection, hacker, virus, espionnage, militaire, défense, bureau des légendes



Numérique	1	2	3
Digital			
Cyber			

Digital
Numérique
Cybernétique
Éthique

=

DATA
contrôle

=

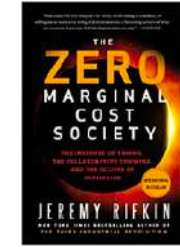
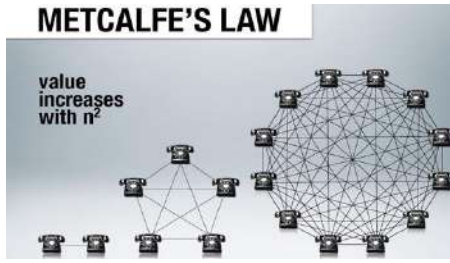
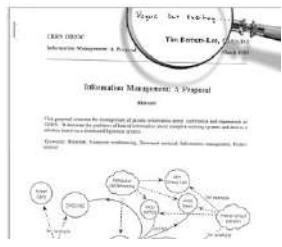
INDIVIDUEL
personnalisation

=

Politique
moral

Vin Cerf
Tim Berners-Lee
Metcalfe
Moore
Rifkin

Satoshi Nakamoto
Vitalik Buterin
Pascal Gauthier
Nicolas Julia
PNL



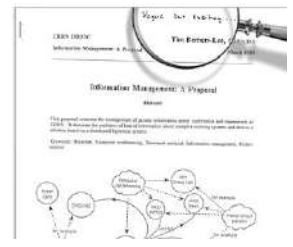
NBC

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 ESCOM FONDATEUR
IN SILICO MATHILDE LLC

NBIC


NBIC

Nano (techno, matériaux, graphène, H)

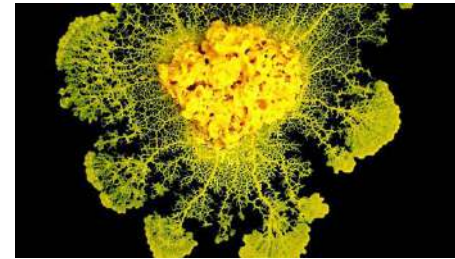
Bio (techno, mimétisme, blob, axolotl)

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

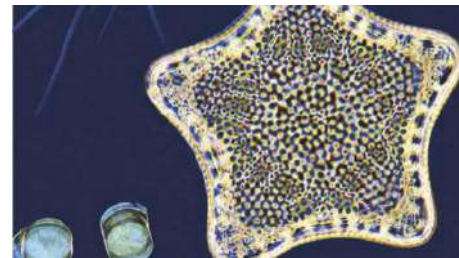
Cognitif (IOB, IA, ML, MOOC, edTech, apprentissage adaptif)



IKB79



																Co Mn Ni C																			
H																	He																		
Li	Be											B	C	N	O	F	Ne																		
Na	Mg											Al	Si	P	S	Cl	Ar																		
K	Ca	Sc	Ti	V	Cr	Mn	Fe	Co	Ni	Cu	Zn	Ga	Ge	As	Se	Br	Kr																		
Rb	Sr	Y	Zr	Nb	Mo	Tc	Ru	Rh	Pd	Ag	Cd	In	Sn	Sb	Te	I	Xe																		
Cs	Ba	La-Lu	Hf	Ta	V	Ru	Cu	Zn	Pt	Au	Hg	Tl	Pb	Bi	Po	At	Rn																		
Fr	Ra	Ac-Lr	Rf	Db	Sg	Bh	Hs	Mt	Ds	Rg	Cn	Mt	Fl	Mc	Lv	Tl	Og																		
																La-Lu																			
																Ac-Lr																			



CONTINUOUS FIBER COMPOSITES FOR HIGH VOLUME PRODUCTION THROUGH ADDITIVE MANUFACTURING

ANSYS



LoRaWAN

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

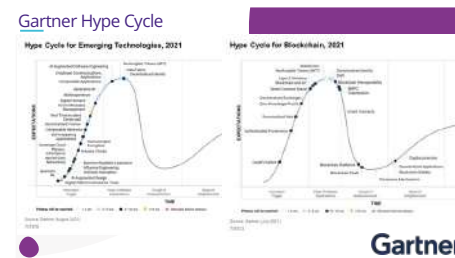
FUTURA SCIENCES

Le graphène, un matériau miracle

Des travaux en laboratoire montrent que des transistors en graphène sont potentiellement capables de dépasser les transistors en silicium, ouvrant la voie à des ordinateurs plus performants car plus rapides et plus petits. Etant parfaitement 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'intéressantes matériaux composites à 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 nécessaires à leur sortie imposent de les diriger méticuleusement par l'équipe de Dirac, comme pour une particule relativiste presque sans masse. Il en résulte que l'analogie de certains phénomènes profondément racisés en théorie quantique des champs relativistes peut s'y manifester. On peut donc essayer de la physique des particules avec le graphène. Mais, des connexions, la aussi, de nature théorique et mathématique, avec des calculs en théorie des cordes, sont attendues.



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 : multiexperience (MX), l'expérience client (CX), l'expérience employé (EX)
- 3/ L'agilité des entreprises
- 4/ L'ingénierie de l'intelligence artificielle
- 5/ L'hypers-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



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 Computing 	<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 TRENDS_0

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.



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.

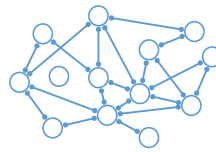
Le maillage de la cybersécurité est une approche architecturale distribuée pour un contrôle de la cybersécurité évolutif, flexible et fiable. La crise sanitaire a fait que la plupart des biens et des dispositifs sont désormais connectés en dehors des paramètres de sécurité physiques et logiques traditionnels.



facebook horizon metaverse

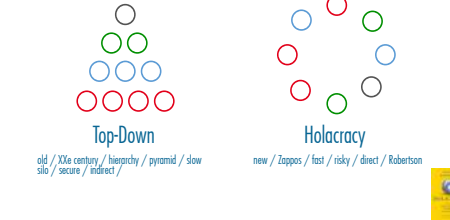


DeFi : decentralized finance



DAO: decentralized autonomous organization

HOLACRACY

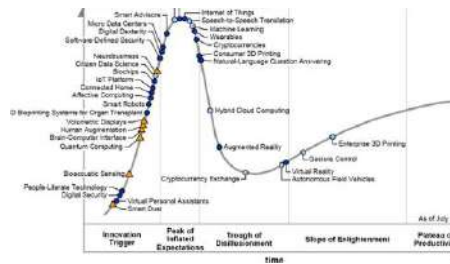


andressen horowitz

Understand the Future, Now

Software is eating the world
WEB 1.0 → 3.0

	WEB 1 1990-2005	WEB 2 2005-2015	WEB 2 2015-2022	WEB 3 2022-2035
Réactivité	Séquentiel	Interactif	Temps réel	Continu
Interaction	Requête / réponse READ ONLY	A la demande ÉCHANGE DE DONNÉES	Automatique	Confiance ÉCHANGE DE VALEURS
Ressources	Contenus	UGC Contenu Généré par Utilisateurs	Recommandation personnalisée	IA
Données	Minimisation	Dépendance	Algorithmique	Diversification
Producteurs	Éditeur ou développeur	Utilisateur réel ou IA, TOUT	Utilisateur anonyme	Blockchain ou smart ledger
Type	Page statique HTML CSS	Requêtes interactives JAVASCRIPT	Services dynamiques IA / ML	IoT / DSD BLOCKCHAIN



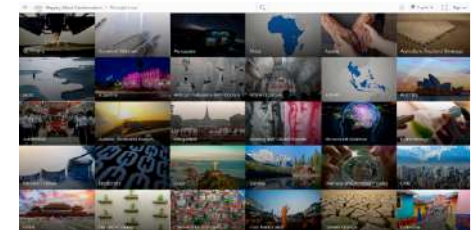
4ème révolution industrielle

Vapeur + moteur

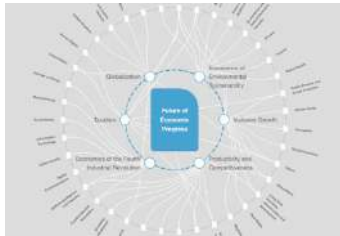
Électricité

NTIC

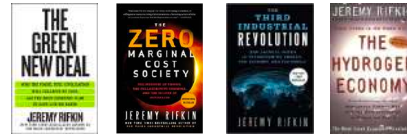
NBIC



https://toplink.weforum.org/knowledge/explore/all
https://toplink.weforum.org/knowledge/explore/all?tag=1600000011Xv6AEI/explorer/summary



<https://toplink.weforum.org/knowledge/explore/all>
<https://toplink.weforum.org/knowledge/insight/a1G6000001hKwEAEI/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



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

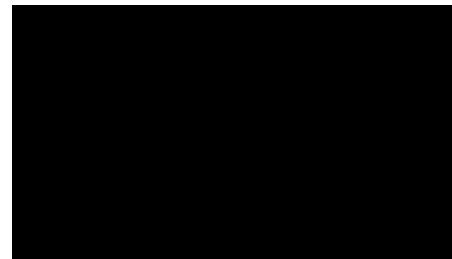
servicisation
disruption
uberisation
tycoonisation
plateformisation



innovation
versus
progrès
build 2022

Innovation vs. Progès ?
 Pourquoi et comment intégrer des nouvelles technologies dans TOUTES les offres CA ?

5 exemples par personne



EP04

#FOM
 future of MARKETING

FOE
 FOW
 FOM
 FOX

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

AGIR CHAQUE
 JOUR DANS VOTRE
 INTÉRÊT ET CELUI
 DE LA SOCIÉTÉ

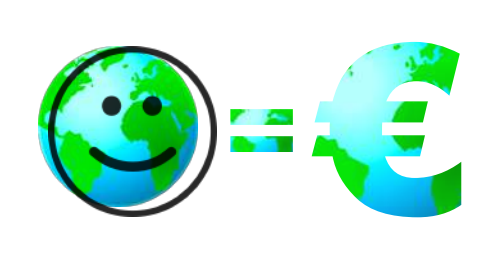
Science Based Targets initiative (SBTi)



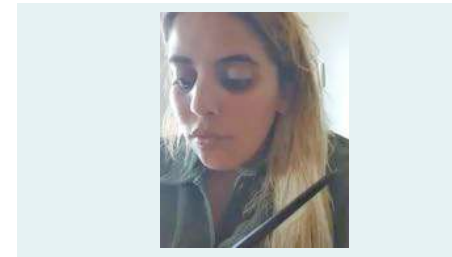

Neutral ≠ ZERO
 ZERO ≠ ZERO CO2 carbon
 carbon neutral -> NET ZERO CARBON -> NET ZERO



Marketing
 sucks



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



“your happiness is my business”
 Agence de communication
 Inspiré par Gérard Pélissier & Paul Duboule

1/ marketing de l'offre
 Offre initiale (solution)
 Problème résolu
 Persona
 Carte empathie
 Valeur proposition
 Offre finale
 Distribution

2/ marketing de la demande
 Persona
 Carte empathie
 Problèmes réels
 Valeur proposition
 Offre (solution qui résout le problème)
 Distribution



INBOUND

CONTENT
 //
 FOMO

BRAND CONTENT
 //vs.
 content strategy



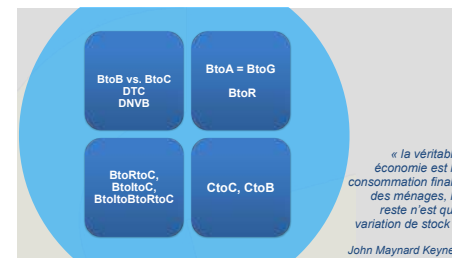
Question :
 qui sont les utilisateurs ?

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	Paris	Fréquences	
Avec	Jeanne	Niveau Technique	
	Sans enfant	Usage mobile	
Education	Supérieure (ingénieur école xyz promo 91)	Know How	
CV	pilote entreprise 1 Pilote entreprise 2		
	Passionné d'aviation et de modèles réduits		
	Passionné de races de chiens et de voyages en Asie		



DNVB = DTC
 Digital Native Vertical Brand

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

Millennials ???

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

BabyBoomer (1940 - 1965 +/- 6 ans)
 GenX (1955 1965 +/- 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



#GEN

#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



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

Nouvelles Attentes

Pourquoi se contenter du minimum ?



1995 : information sur le web
 2000 : e-commerce
 2005 : relation
 2010 : mobile / smartphone
 2015 : living services
 2020 : blockchain (use case NFT)

source : Google, Accenture



Nouvelles vies 2022

Nouveaux JOBS influenceur slasheur



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

source : Google, Accenture

Si vous n'êtes pas dans Google, vous n'existez pas !



#GenX



THE ERA OF LIVING SERVICES

THE DIGITISATION OF EVERYTHING + LIQUID EXPECTATIONS

WE LIVE IN A CULTURE OF LIQUID EXPECTATIONS,
 WHERE EACH NEW AND AMAZING EXPERIENCE BECOMES THE STANDARD TO WHICH ALL OTHERS ARE COMPARED

IT'S CALLED SEAMLESSLY WHEN I TAKE AN FLIGHT. WHY DON'T THE SAME WIFE BUY PURCHASE MY DISCOUNTS?



GAMIFICATION



VINCENT COQUAZ
ISMAEL HALISSAT

LA NOUVELLE GUERRE DES ÉTOILES

★★★★★

ENQUÊTE : NOUS SOMMES TOUS NOTÉS

KERO

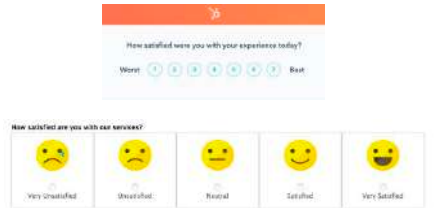
Satisfaction clients

Au Crédit Agricote Sud Rhône Alpes, votre avis compte !

NPS Net Promoter Score



NPS : NET PROMOTER SCORE



CSAT CUSTOMER SATISFACTION

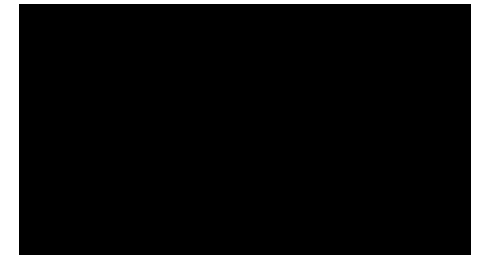
PAR LA VOC, QUELLES SONT LES LIQUID EXPECTATIONS DE VOS UTILISATEURS / CLIENTS / PARTIES PRENANTES / COLLABORATEURS ?

GRENOBLE ÉCOLE DE MANAGEMENT

12 rue Pierre Scize 38000 Grenoble France 04 78 50 70 00 info@gre-em.com

ACT

Act Think Impact



EP05

#FOX

future of Experience

FOE

Future of Experience

FOW

Future of Work

FOM

Future of Marketing

FOX

Future of Experience & Marketing

EX DISRUPTION MARKETING VOC PERSONA HYBRID ENGAGEMENT CX PLATFORM

INGENUITY MARKETING PERSONA UX

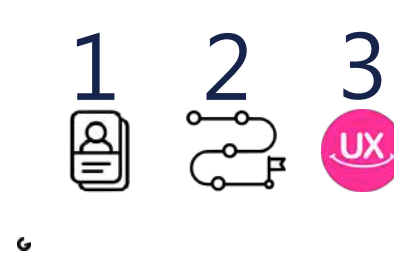
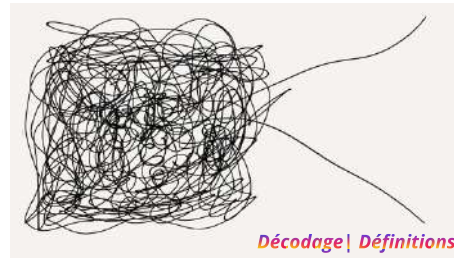
LIQUID EXPECTATION VOC FOM FOX METAVERS

DNVB

FOW CONTENT STRATEGY CRYPTO CURRENCY

UX or CX

3 PILIERS DU DIGITAL



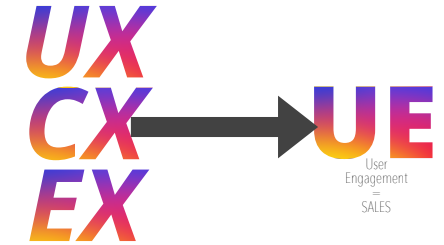
- 1** customer obsession
user centric
besoin utilisateur
pain point / problème
collaborateur
manager / équipe
cible / segment
GEN BXYZα
proposition de valeur
cas d'usage
- 2** parcours
journey
point de contact
touchpoint
publicité / SAV
téléphone
conversation
- 3** expérience
sans couture
sans défaut
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 !

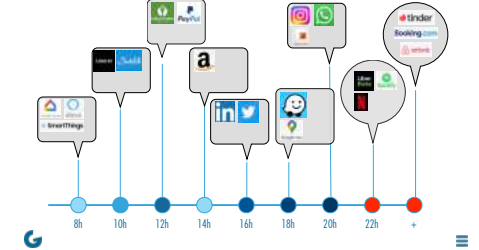
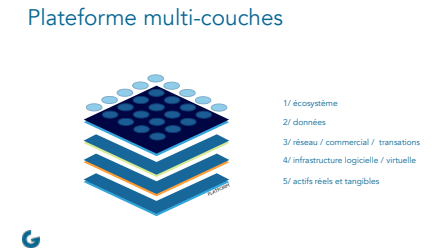
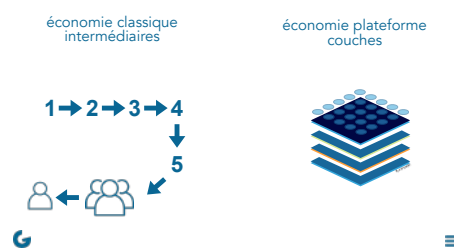
Digital = Data

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)





ScaleUp
Passage à l'échelle



CHIFFRES CLÉS

50

programmes de formation en France et à l'international du niveau Bac+2 au Bac+8

33 000 diplômés

7 000 participants formation continue / an

SAMSUNG

8 000 étudiants

5600 en formation "dans la salle de classe" 2490 "hors les murs" (alternance stages, séjours, échanges...) 290 sportifs de haut niveau



INTERNATIONALSUNG

3 300

étudiants internationaux 159 nationalités dans l'école

125

partenaires internationaux dans le monde entier

20

accords de double diplôme avec des institutions internationales

