



SUD RHÔNE ALPES

DIGITAL MINDSET

31 mars 2022

CASRA





**AGIR CHAQUE JOUR
DANS VOTRE
INTÉRÊT**

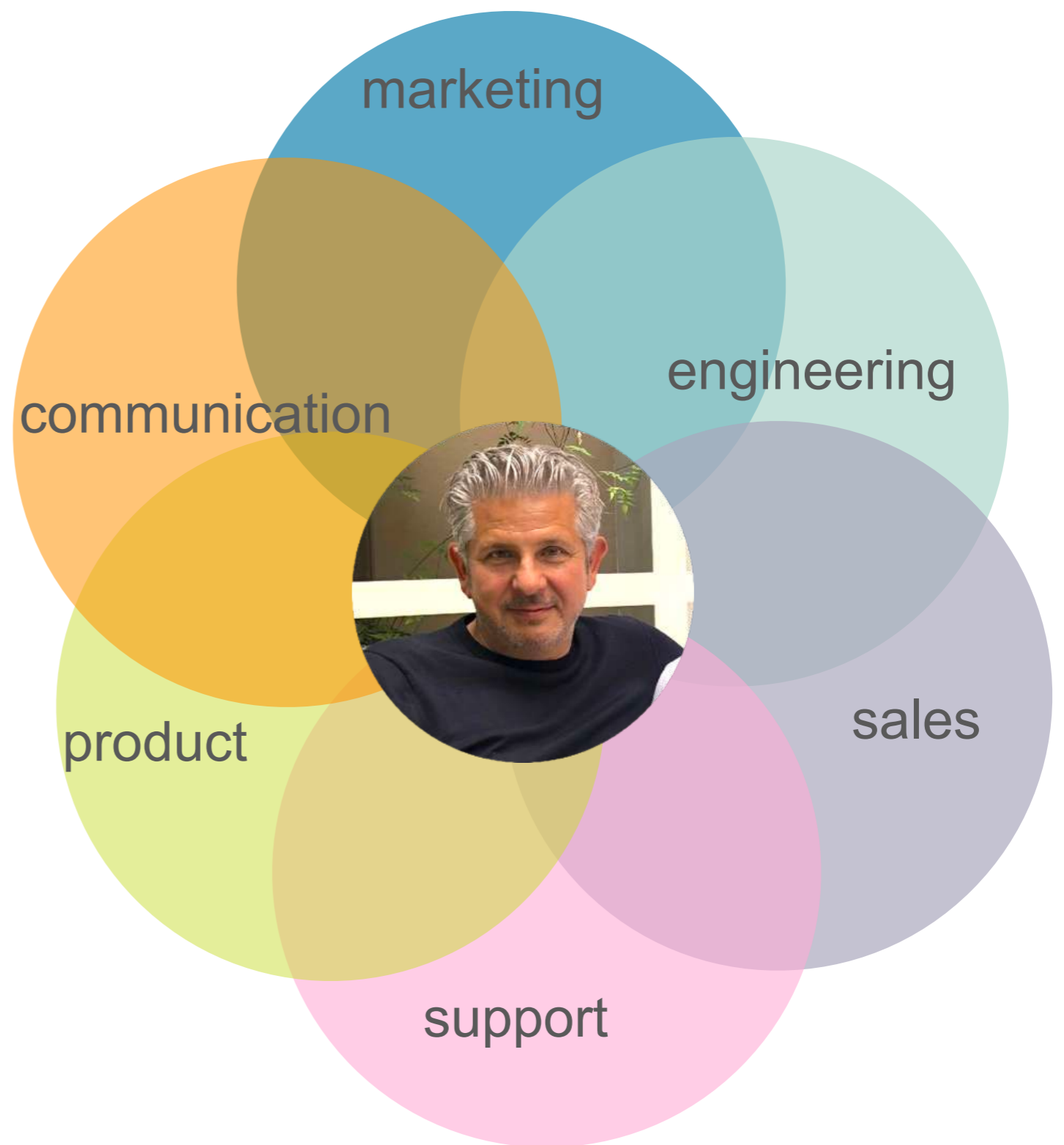


**ET CELUI DE LA
SOCIÉTÉ**



technology evangelist

hubert@kratiroff.com



ESTELLE
MAUDE
SARAH
PILAR
VANESSA
CECILE

Hello

ALEXANDRE
STEPHAN
CEDRIC
JEREMY
JEROME
LOIC
NAOUFEL
SEBASTIEN
BENJAMIN
LUDOVIC

UX



UX


CX

EX

SX

k ∞ QI x t x At

Menu Recherche **HERMÈS** PARIS Compte Panier



PAPRIKA BRASIL
EAU DE TOILETTE

233 € 333 ml

une note de paprika, d'orange
mandarine et de notes de
brésil, ainsi que d'orange.

Disponibilité 100 x 1

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 HR

Au DD

1 titre de PNL

Paroles

Au DD

J'ai passé, la journée, la pé-cou, à vi-ster, des regrets devant ton bébé
J'sors de chez toi, j'reprends la voiture mal garée puis j'retre ton PV
J'recherche un billet, des affaires, des plans dans la planque, un peu trop peins...

Source : Musixmatch

**expérience
phyggitale
N°1**





lesnouveaux
marketing.com/
digitalmindset

ou Google :
GEM digital mindset
ou
digital mindset conference



Les acronymes du marketing moderne



Toute spécialiste a son jargon, en attendant un mal heureux, voici 210 acronymes – pas tous pertinents – du marketing digital... qui est le marketing de tous les jours ! Et même si vous pensez, comme Elon² que ABS (acronyme awfully suck), sachez que TAWYD (Totally Agree With You Guys), mais c'est le langage des entreprises ! Bonne lecture (ou bonne utilisation) !

¹ voir le film Mark 4 ses équipes en 2010 (Twitter, SpaceX, UberCity, Bing and previously PayPal co-founder)

AAA: Average active sessions

AAID: Android Advertising Identity

AAARRR: Acquisition, Activation, Retention, Referral, Revenue

ABC: Always Be Closing

ABM: Account Based Marketing

ABT: AB testing

ACBIL: Association pour commerce et services en ligne (ADER: Association de l'Economie Numérique)

ADEX: Ad Exchange platform

AdTech: Advertising Technology (cf. MarTech)

ADX: Google DoubleClick Ad Exchange platform

ADA: Attention Interest Desire Action "First Purchase Funnel"

AAA: AAA Ma Anything

AMP: Accelerated Mobile Pages de Google

AMP: Application in program designed to run on mobile devices

API: Application program interface (cf. SaaS)

AR: Augmented Reality (ou RA)

ARPU: Average revenue per user

ARR: average recurring revenue (cf. ARR)

ASO: App Store Optimization (cf. SaaS)

ASF: Apache Software Foundation

ASP: Application service provider

AssuTech: cf. Insurtech

AtScale: Anytime Anywhere Anydevice

AtScale: AtScale + AnyCustomer

ATF: Above the fold (au dessus du JL, donc visible - cf. BTF)

ATL: above the line (cf. BTL & media)

AWD: Adaptive web design (cf. RWB)

BATX: Baidu Alibaba Tencent Xiaomi (cf. GAFA)

BANT: Budget, Authority, Need, Timeline (developped by IBM)

BAU: Business As Usual

BI: Business Intelligence

BMG: Business Model Generation by Alex Osterwalder

BOE: Best of Breed

BOFU: Bottom Of Funnel (cf. ToFu)

BPM: Business Process Management

BR: bounce rate (rate d'entrée à une seule page ou non théoriquement d'un email)

BRICE: 5 numbers competing with Tesla and N-11

BTC: Bitcoin (BTC)

BTF: Below the fold (en dessous du JL, donc invisible - cf. ATF)

BTL: below the line (cf. ATL & non media)

BtoG: business to Government

BtoB: Business to Retail

BYOD: Bring your own device (cf. DYO)

CAE: Customer Acquisition Cost (ou coût d'adobit client positif du parcours client)

CAE: communication audiovisuelle synchrone (cf. DOOH & digital signage)

CCO: Chief Customer Officer

CCU: cf. UCC

CCG: Cahier des Charges

CDJ: customer digital Journey

CEO: Chief Digital Officer (ou Chief Data Officer)

CDN: content delivery network / réseau de diffusion de contenu (AKAMAI)

CDP: Customer Data Platform (cf. more than a DMP and CRM)

CEM: Customer Experience Management

CEI: Customer Effort Score

CGI: Computer-generated imagery

CHO: Chief Happiness Officer

CLI: command line interface

CLV: Customer Lifetime value

CM: Community Manager

CM: Communication Marketing insights (CMC)

CMO: Chief Marketing Officer

CMS: Content management system

CNS: Commission Nationale Informatique et Liberté (cf. RGPD)

COOC: Corporate Open Online Course

COO: Cost Of Sale

CPA: collective performance at acquisition

CPA: Cost per action (or acquisition)

CPC: Cost per click: amount of money required to produce a single click (or Cost-per-Customer)

CPV: Cost per completed view

CPV = Cost + Completed Views

CPL: Cost per lead

CPM: Cost per thousand (impr)

CPT: Cost-per-Transaction

CPV: Cost per view (see also PVP)

CR: Conversion rate

CRM: Customer relationship management

CRO: Conversion rate optimization

CSAT: Customer Satisfaction Survey

CSR: Corporate social responsibility (RSE)

CSS: Cascading Style Sheets

CTA: Call to action

CSB: Customer to Business (cf. USC)

CSL: Customer to Customer

CTR: Click Through rate (number of click on an hyperlink)

CE: Customer experience (including UX)

CH: Choose Your Own Device (cf. BYOD)

CH: cf. CHD

DAO: Decentralized Autonomous Organization (blockchain)

DD: Data Driven Document

DDM: data-driven decision management

DDS: data-driven strategy

DL: Digital Learning

DM: Direct mail or Direct message sur Twitter

DMExCo: Digital marketing exposition and conference (Cologne, DE)

DMP: Data management platform

DNS: Domain name system (cf. ICANN & register)

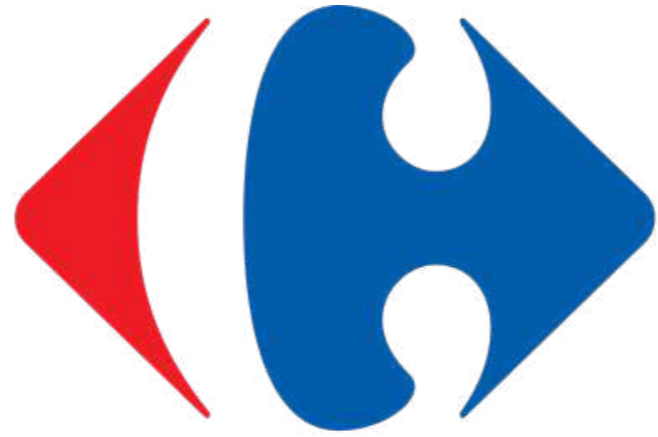
DNV: Digital Native Vertical Brand

DOOH: Digital Out Of Home (Digital Signage)

DL: Deep Learning







Carrefour



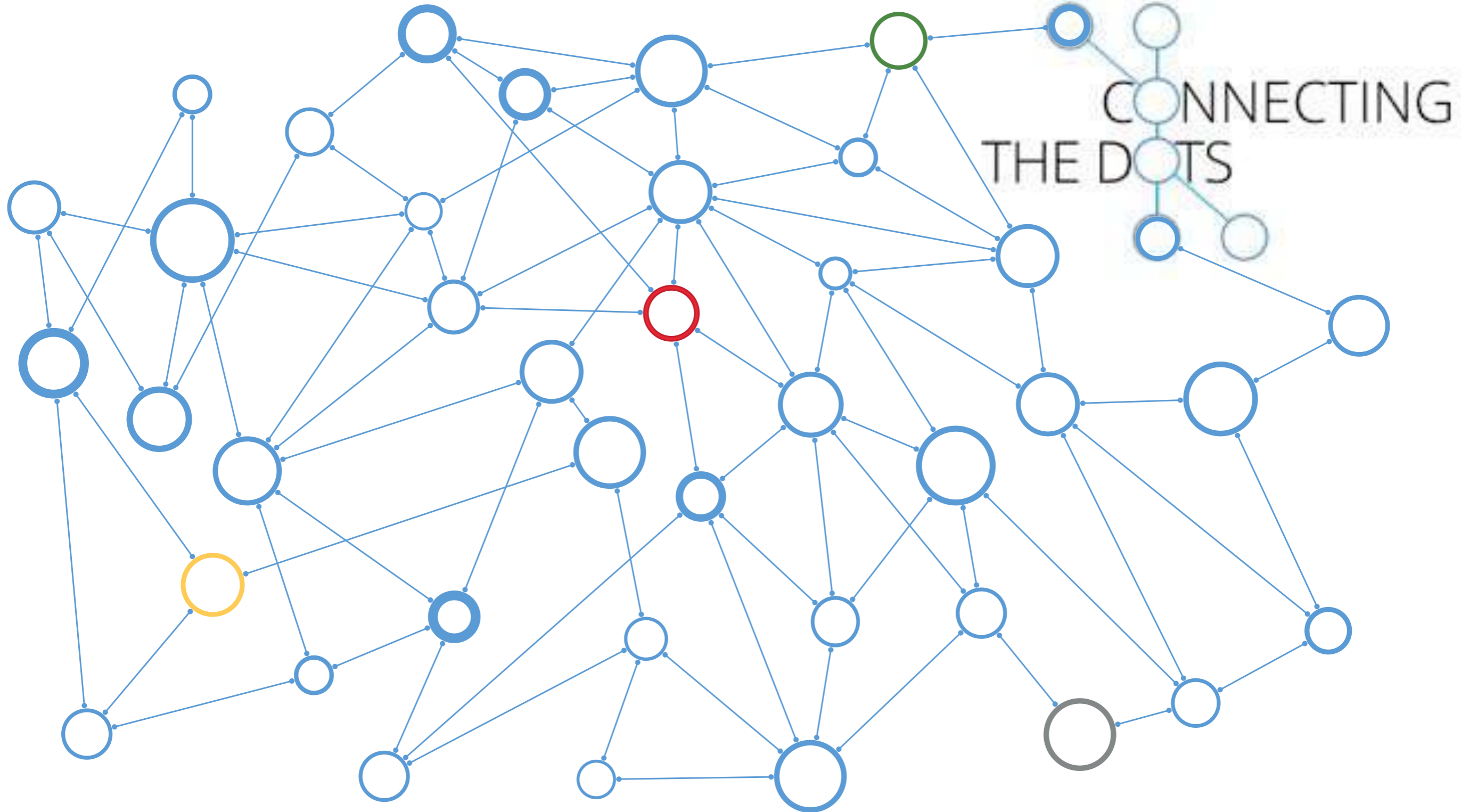
Michel Houellebecq
La carte
et le territoire

roman

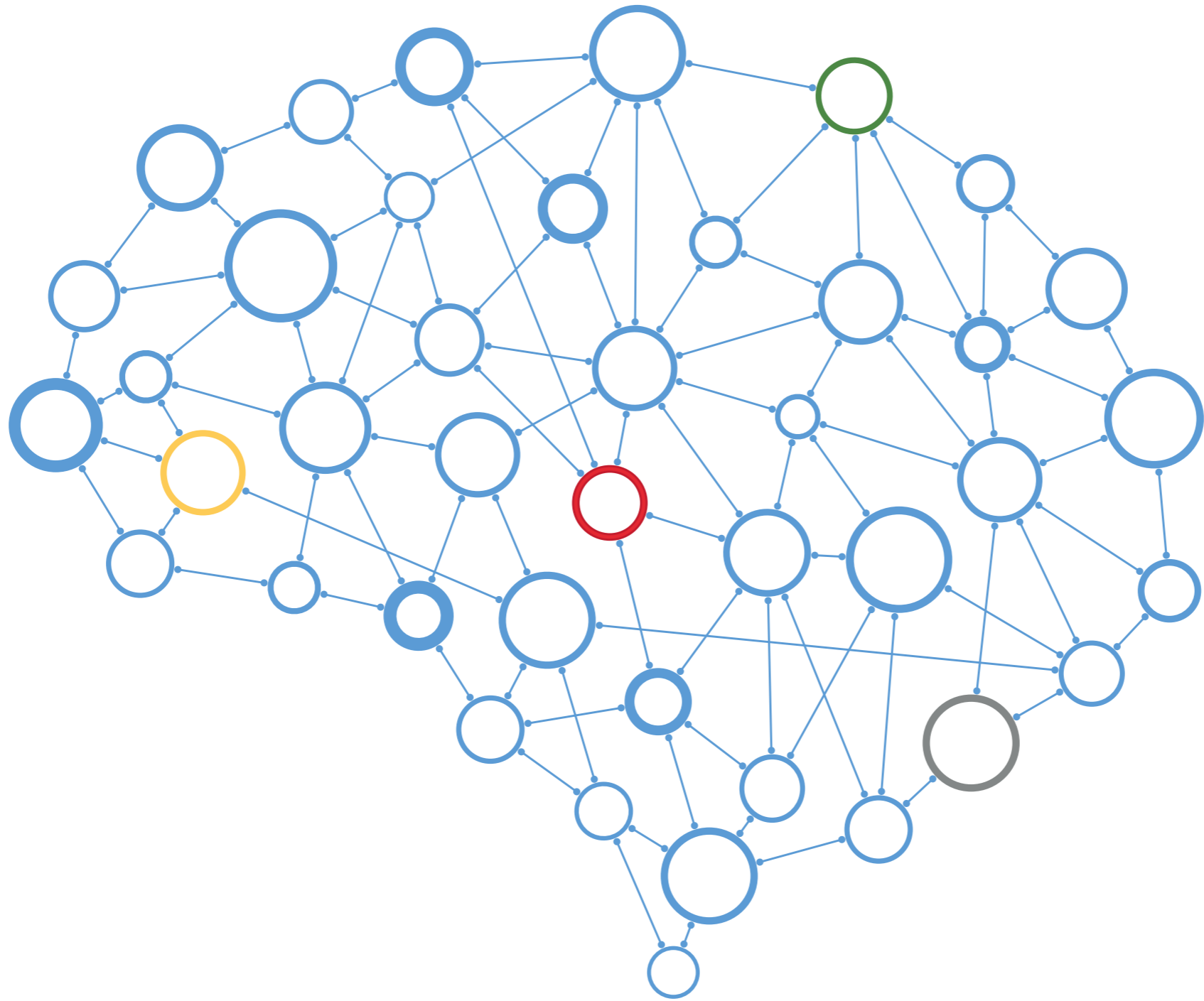
**PRIX
GONCOURT
2010**

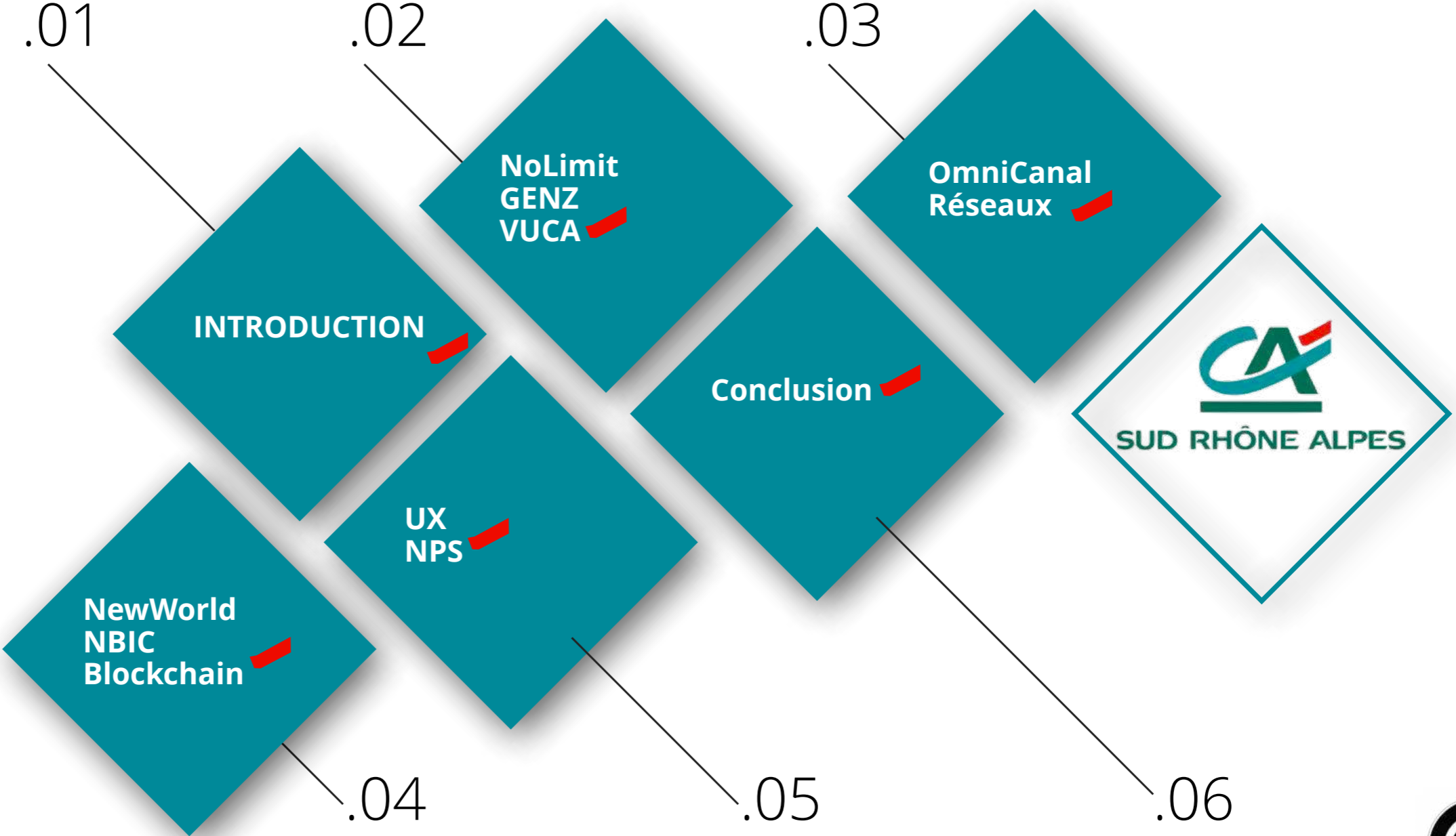
Flammarion





CONNECTING
THE DOTS





EX

DISRUPTION
MARKETING
VUCA

INBOUND MARKETING
PERVASION

UX

PERSONA

HYBRID

ENGAGEMENT

CX

PLATEFORM

BLOCKCHAIN
NBIC

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 ?

LIQUID EXPECTATION

VOC

GAMIFICATION

SBTI

FOM

FOW

CONTENT STRATEGY

CRYPTOCURRENCY

DNVB

L'environnement et
la concurrence

Le futur du travail : hybride

L'utilisation éclairée des
technologies

Les attentes utilisateurs

Enjeu de l'UX
(expérience utilisateur)

GAFAMS

FOX

METAVERS

EPRO1

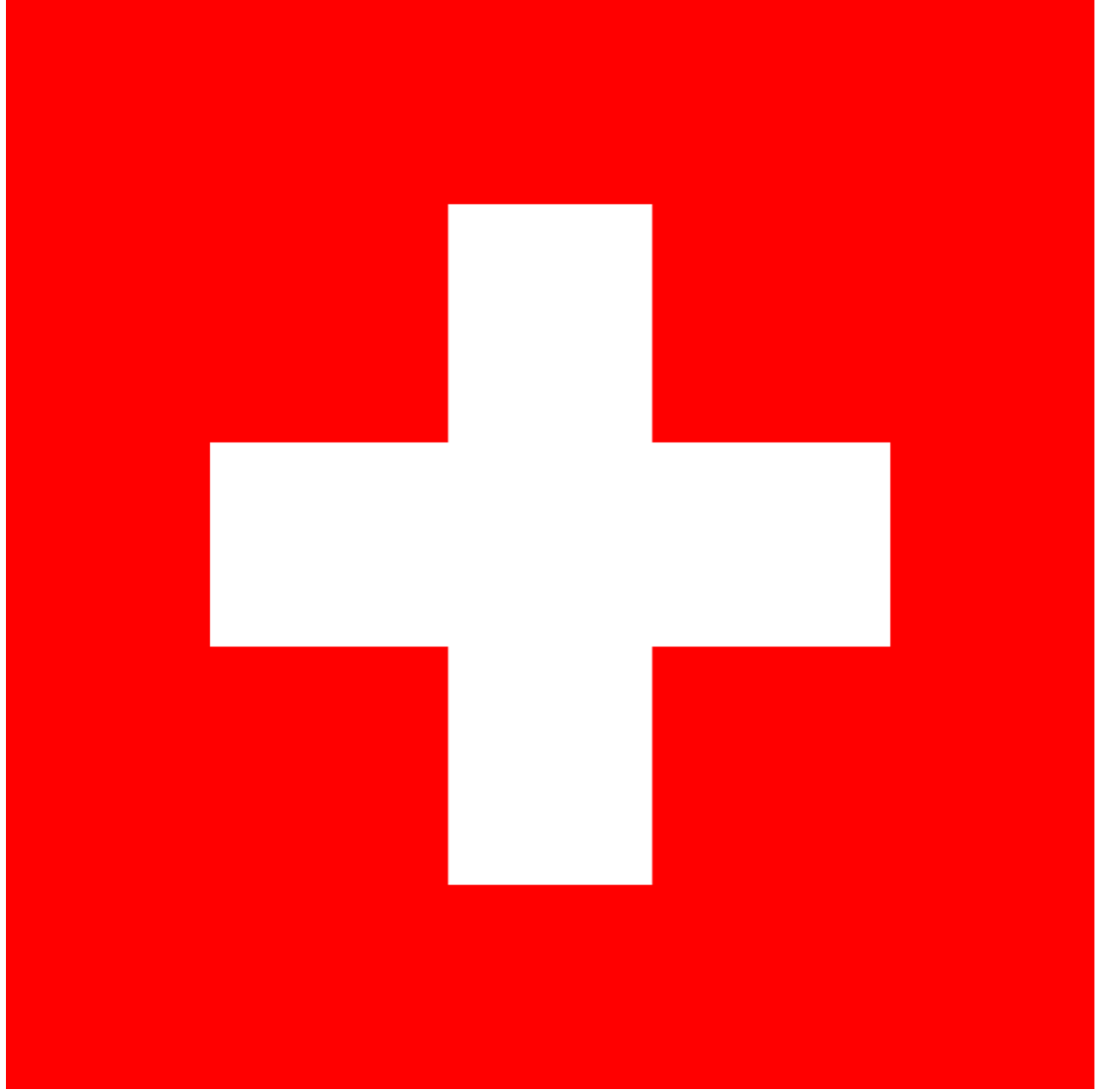
NO LIMIT

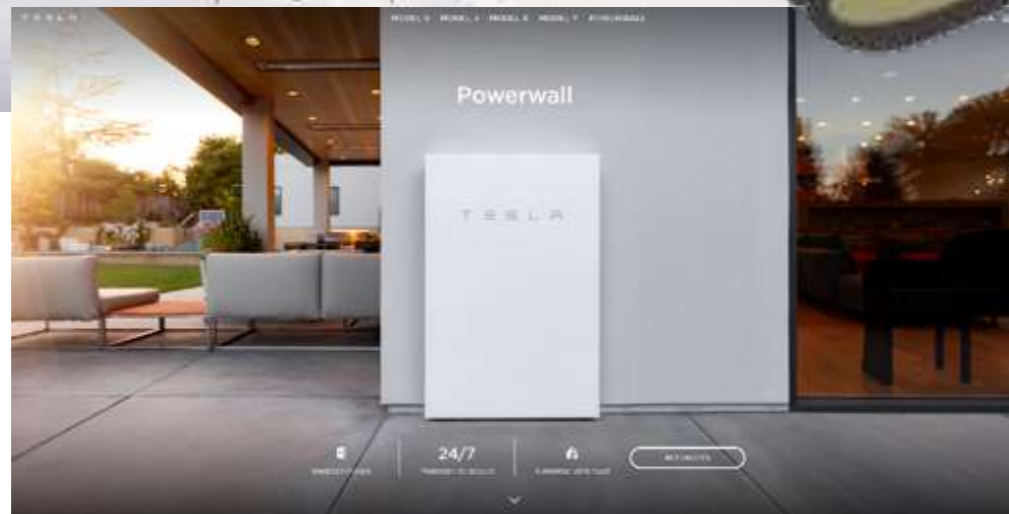
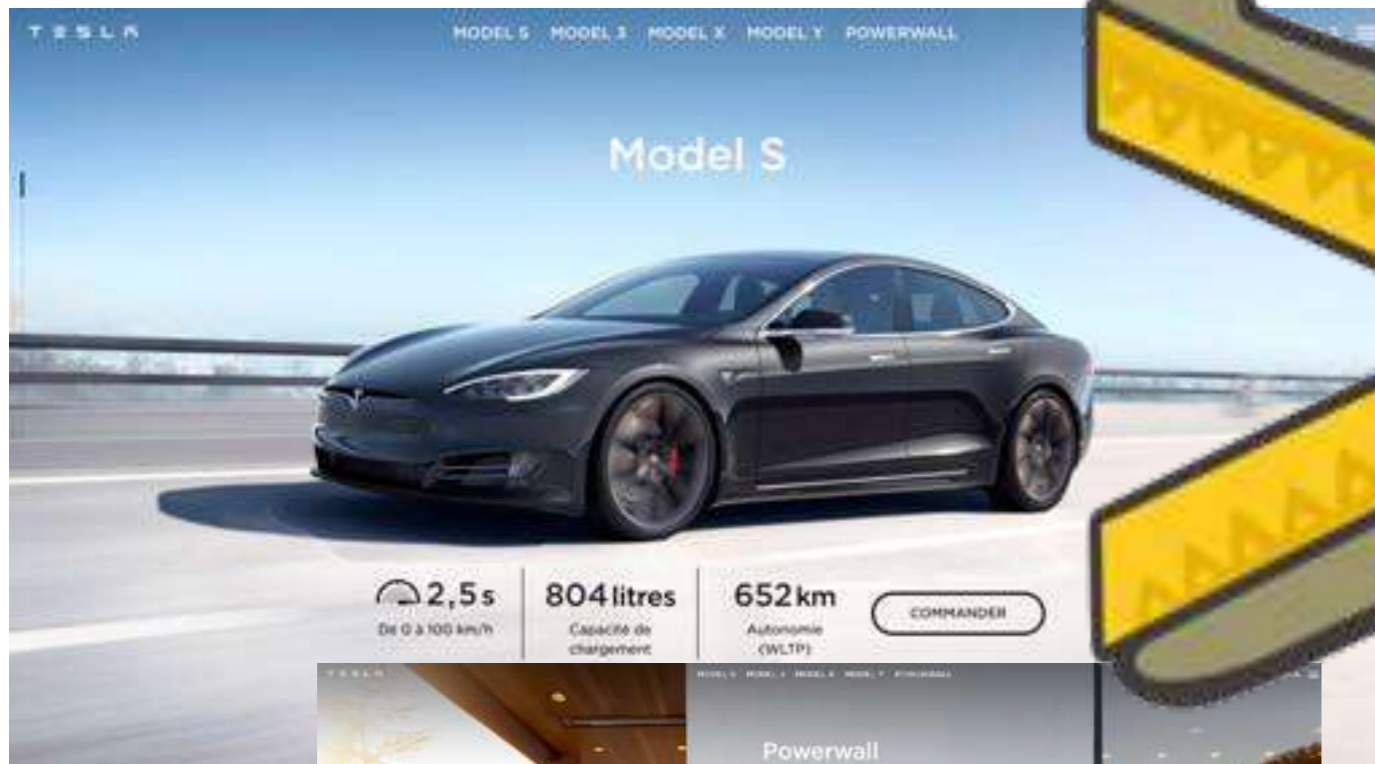




ROLEX









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

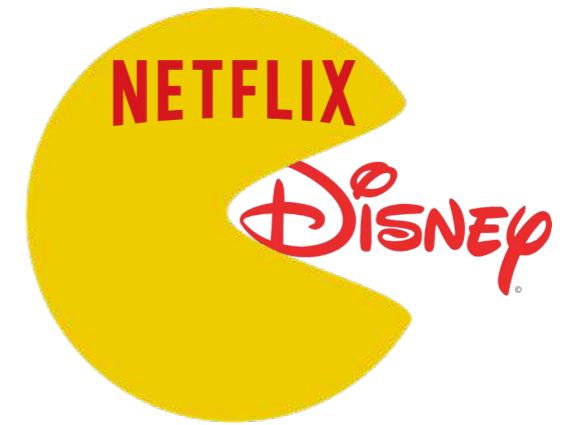


Notes: Airlines selected based on # of passengers transported in 2019; market cap as of Oct. 26, 2020
 Source: Lufthansa Innovation Hub, TWNT.com, Yahoo Finance

NETFLIX



Disney



74 milliards en 1 jour

2020 天猫双11全球狂欢季

2020 天猫双11全球狂欢季 (11.3-11.11)

成交额 **4982 亿**

\$74.10 billion

31766 个海外品牌首次

105 个产业带成交额过 1 亿元

210 万线下小店参与

覆盖 1406 个县域的 41 万家产业带

38 万个来自美国的店铺加入

品牌成交额 15 万亿元





wikinomics

GIG

thingonomics (IOT)

blue

evonomics

expectation

new

micro

sha | ring

macro

offer **economy**

gift

neuro

platform

nudge

barter

collaborative

attention

comportementale

market

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

G A F A

GAFFA

MSH

NATU

BEY

BATX

BDH

G A F A

Google* Amazon Facebook* Apple

M S H

Microsoft Salesforce Huawei*

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

Bytedance DJI Hikvision

* Alphabet **Meta = MAAA

***Twitter / Cisco / Oracle

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 disruptive

les

BATXBDH?

#OLDWORLD



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](#)

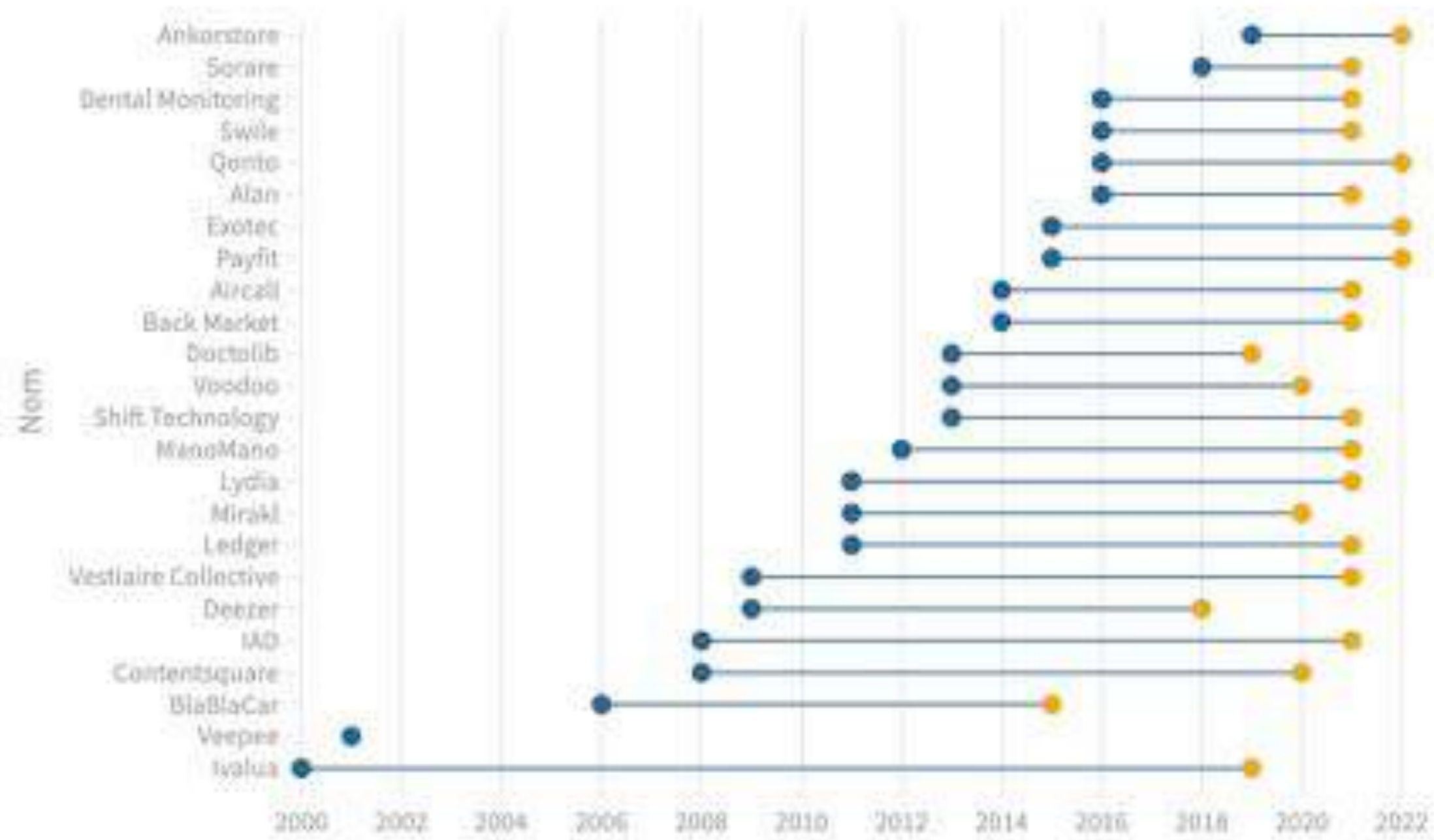


Welcome
Clara Chappaz

NOUVELLE DIRECTRICE DE LA MISSION FRENCH TECH



● Création ● Devenu licorne



RÉVÉLATION DE L'ANNÉE





DNMB

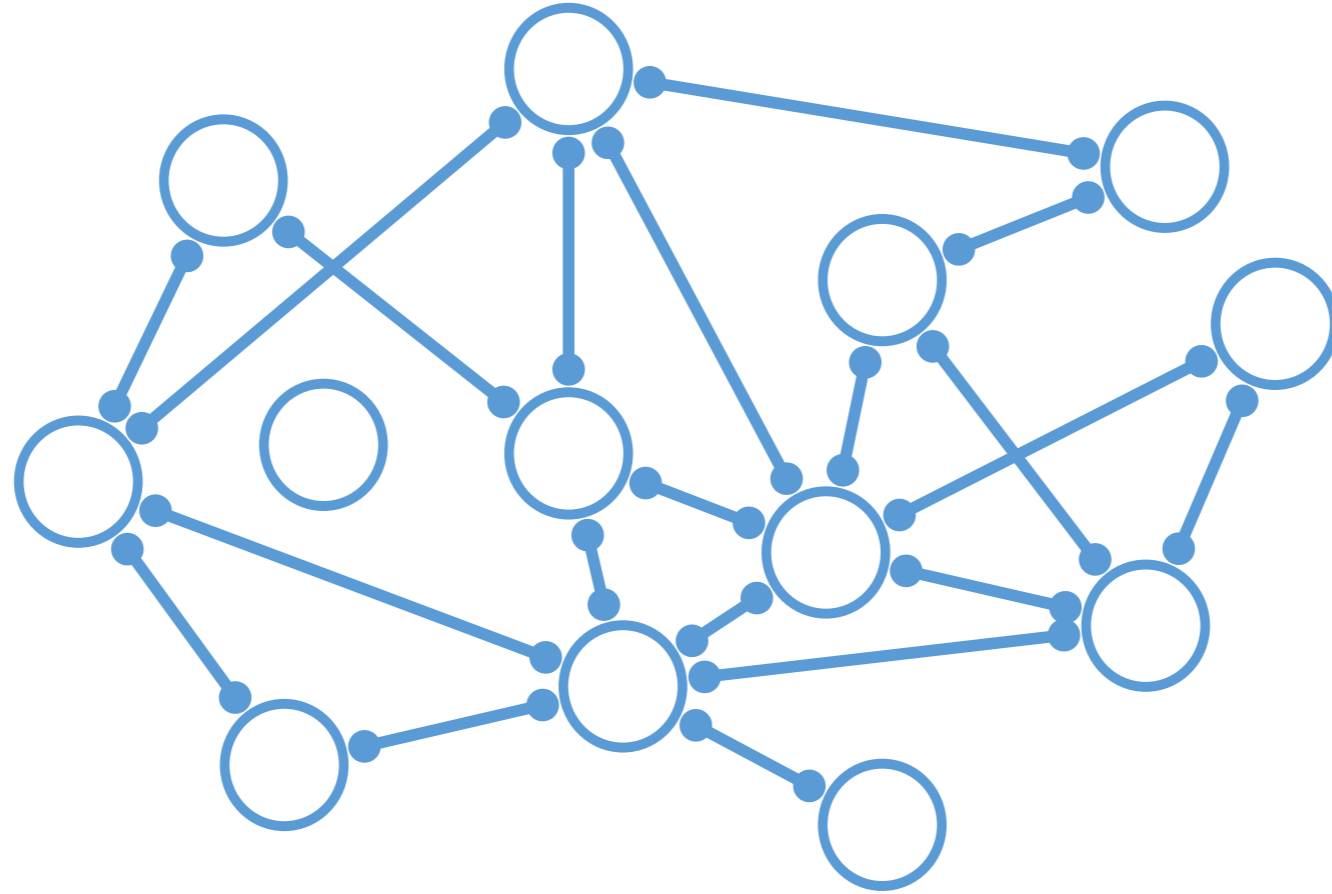


servicisation
disruption
uberisation
tycoonisation
platformisation

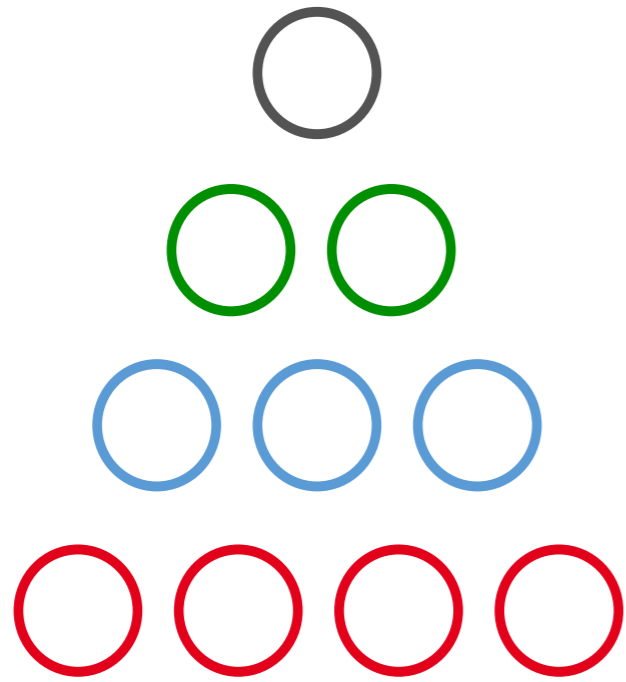
A black and white image featuring a heavy metal chain. The chain is composed of several large, dark links, some of which are illuminated from the side, creating highlights and shadows that emphasize their metallic texture and three-dimensional form. The chain is positioned diagonally across the frame. Overlaid on the chain is the text "BLOCK CHAIN" in a clean, white, bold, sans-serif font. The word "BLOCK" is on the top line, and "CHAIN" is on the bottom line, with the letters of "CHAIN" appearing slightly larger and more prominent. The background is a solid, dark color, making the white text and the metallic chain stand out sharply.

**BLOCK
CHAIN**

DeFi : decentralized finance

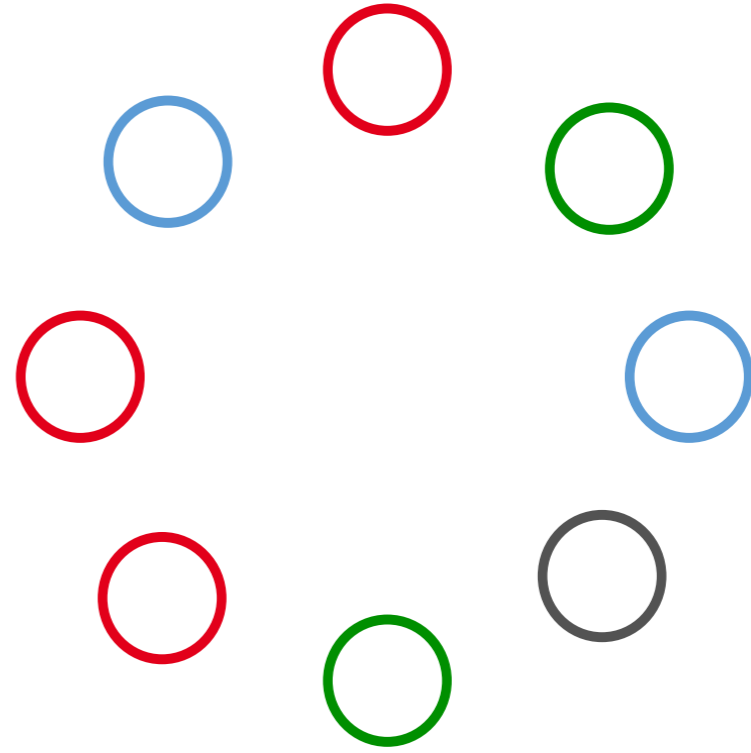


DAO: decentralized autonomous organization



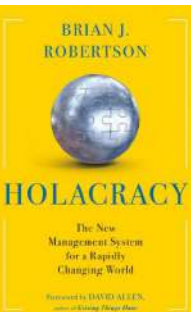
Top-Down

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



Holacracy

new / Zappos / fast / risky / direct / Robertson





~~SWOOT~~

WUJCA

~~SWOT~~

Volatility

Uncertainty

Complexity

Ambiguity



HBR
2014

<https://hbr.org/2014/01/what-vuca-really-means-for-you>

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



VUCA

VOLATILITY

Equity, bond and currency markets volatility, the lack of stability and predictability

UNCERTAINTY

The turbulent change in the economic policy environment, the potential impact by "something" that prevents rapid halting of their recovery pace, the lack of ability to foresee what major changes might occur

COMPLEXITY

in understanding these financial markets in the era of the "new normal". The combination of increasing complexity of new financial instruments and requirement to deal with increasingly volatile markets, moving to more global or more local asset classes

AMBIGUITY

The resulting feeling - is this the great attention from trends to invest? Or will today's growth stop for the longer? What is the best course of action?



Bob Dylan

BOB DYLAN HIGHWAY 61 REVISITED



Kendrick Lamar



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



#PSY #MV #GANGNAMSTYLE
PSY - GANGNAM STYLE(강남스타일) M/V

3 508 681 756 vues • 15 Jul. 2012

👍 17 M 🗨️ 2,3 M ➦ PARTAGER 📄 ENREGISTRER ⋮

10B



D I G I
T A L
2 0 2 1
F R A N C E

we
are
social

JAN
2021

DIGITAL AROUND THE WORLD

ESSENTIAL HEADLINES FOR MOBILE, INTERNET, AND SOCIAL MEDIA USE

INTERNET USER NUMBERS NO LONGER INCLUDE DATA SOURCED FROM SOCIAL MEDIA PLATFORMS, SO VALUES ARE **NOT COMPATIBLE** WITH PREVIOUS REPORTS

TOTAL
POPULATION



7.83
BILLION

URBANISATION:

56.4%

UNIQUE MOBILE
PHONE USERS



5.22
BILLION

vs. POPULATION:

66.6%

INTERNET
USERS*



4.66
BILLION

vs. POPULATION:

59.5%

ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS*



4.20
BILLION

vs. POPULATION:

53.6%

SOURCES: THE U.K. SOCIAL GOVERNMENT FORCES STRATA INTELLIGENCE; ITC; OWN RESEARCH; CIVIC WIRE; SOCIAL MEDIA PLATFORMS; SERP SERVICE; ADVERTISING TODAY; COMBINE; BARRONS REPORTS; MEDIACOPY. ***NOTES:** INTERNET USER NUMBERS NO LONGER INCLUDE DATA SOURCED FROM SOCIAL MEDIA PLATFORMS, SO VALUES ARE NOT COMPATIBLE TO DATA PUBLISHED IN PREVIOUS REPORTS. SOCIAL MEDIA USER NUMBERS MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS. **4. COMPATIBILITY ADVISORY:** SOURCE AND BASE CHANGES.

we
are
social

Hootsuite®

JAN
2021

DAILY TIME SPENT WITH MEDIA

THE AVERAGE AMOUNT OF TIME* EACH DAY THAT INTERNET USERS AGED 18 TO 64 SPEND WITH DIFFERENT KINDS OF MEDIA AND DEVICES.

TIME SPENT USING THE INTERNET (ALL DEVICES)



6H 54M

TIME SPENT WATCHING TELEVISION (BROADCAST AND STREAMING)



3H 24M

TIME SPENT USING SOCIAL MEDIA



2H 25M

TIME SPENT READING PRESS MEDIA (ONLINE AND PHYSICAL PRINT)



2H 02M

TIME SPENT LISTENING TO MUSIC STREAMING SERVICES



1H 31M

TIME SPENT LISTENING TO BROADCAST RADIO



1H 00M

TIME SPENT LISTENING TO PODCASTS



0H 54M

TIME SPENT PLAYING VIDEO GAMES ON A GAMES CONSOLE



1H 12M

JAN
2021

FRANCE

ESSENTIAL HEADLINES FOR MOBILE, INTERNET, AND SOCIAL MEDIA USE

▲ CHANGES TO DATA SOURCES FOR INTERNET USERS AND SOCIAL MEDIA USERS MEAN THAT VALUES ARE **NOT COMPAREABLE** WITH PREVIOUS REPORTS



FRANCE

TOTAL
POPULATION



65.35
MILLION

URBANISATION:
81.1%

MOBILE
CONNECTIONS



67.21
MILLION

vs. POPULATION:
102.8%

INTERNET
USERS



59.47
MILLION

vs. POPULATION:
91.0%

ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS



49.60
MILLION

vs. POPULATION:
75.9%

JAN
2021

TOP WEBSITES BY TRAFFIC (SEMRUSH)

RANKING OF TOP WEBSITES BASED ON TOTAL TRAFFIC VOLUME IN DECEMBER 2020, ACCORDING TO SEMRUSH



FRANCE

#	WEBSITE	TOTAL VISITS	UNIQUE VISITS	TIME PER VISIT	PAGES PER VISIT
01	GOOGLE.COM	2.13B	90.4M	24M 44S	6.63
02	YOUTUBE.COM	890M	63.9M	30M 40S	3.22
03	FACEBOOK.COM	671M	63.0M	23M 33S	4.31
04	WIKIPEDIA.ORG	605M	101M	8M 16S	1.92
05	AMAZON.FR	442M	73.7M	12M 30S	6.99
06	GOOGLE.FR	426M	43.7M	19M 14S	7.09
07	LEBONCOM.FR	266M	40.5M	18M 31S	6.00
08	ORANGE.FR	263M	34.7M	13M 41S	6.13
09	POBHHUB.COM	187M	25.0M	12M 39S	6.67
10	PROGRAMME-TV.NET	148M	33.0M	13M 08S	2.44

#	WEBSITE	TOTAL VISITS	UNIQUE VISITS	TIME PER VISIT	PAGES PER VISIT
11	LVE.COM	145M	18.9M	8M 12S	4.11
12	CDISCOUNT.COM	141M	41.4M	8M 48S	4.97
13	QUEST-FRANCE.FR	130M	31.9M	8M 06S	2.12
14	LENGARD.FR	128M	39.7M	11M 58S	2.36
15	YAHOO.COM	127M	21.3M	13M 21S	3.93
16	FRANCETVINFO.FR	117M	29.3M	4M 30S	1.87
17	CREDIT-AGRICOLE.FR	110M	15.6M	6M 25S	1.34
18	LEMONDE.FR	106M	30.7M	24M 08S	2.23
19	MARMION.ORG	107M	25.9M	8M 48S	2.04
20	INSTAGRAM.COM	104M	22.3M	17M 39S	3.39

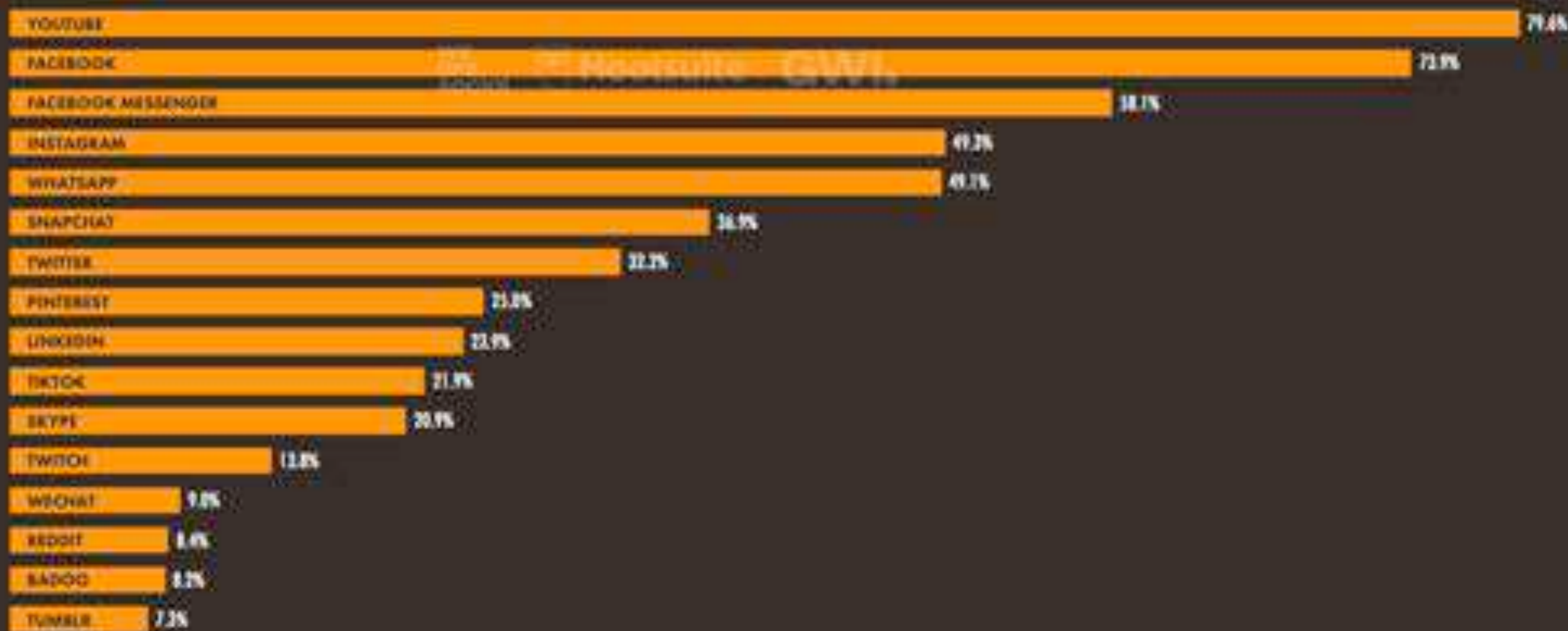
JAN
2021

MOST-USED SOCIAL MEDIA PLATFORMS

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 THAT HAS USED EACH PLATFORM IN THE PAST MONTH



FRANCE

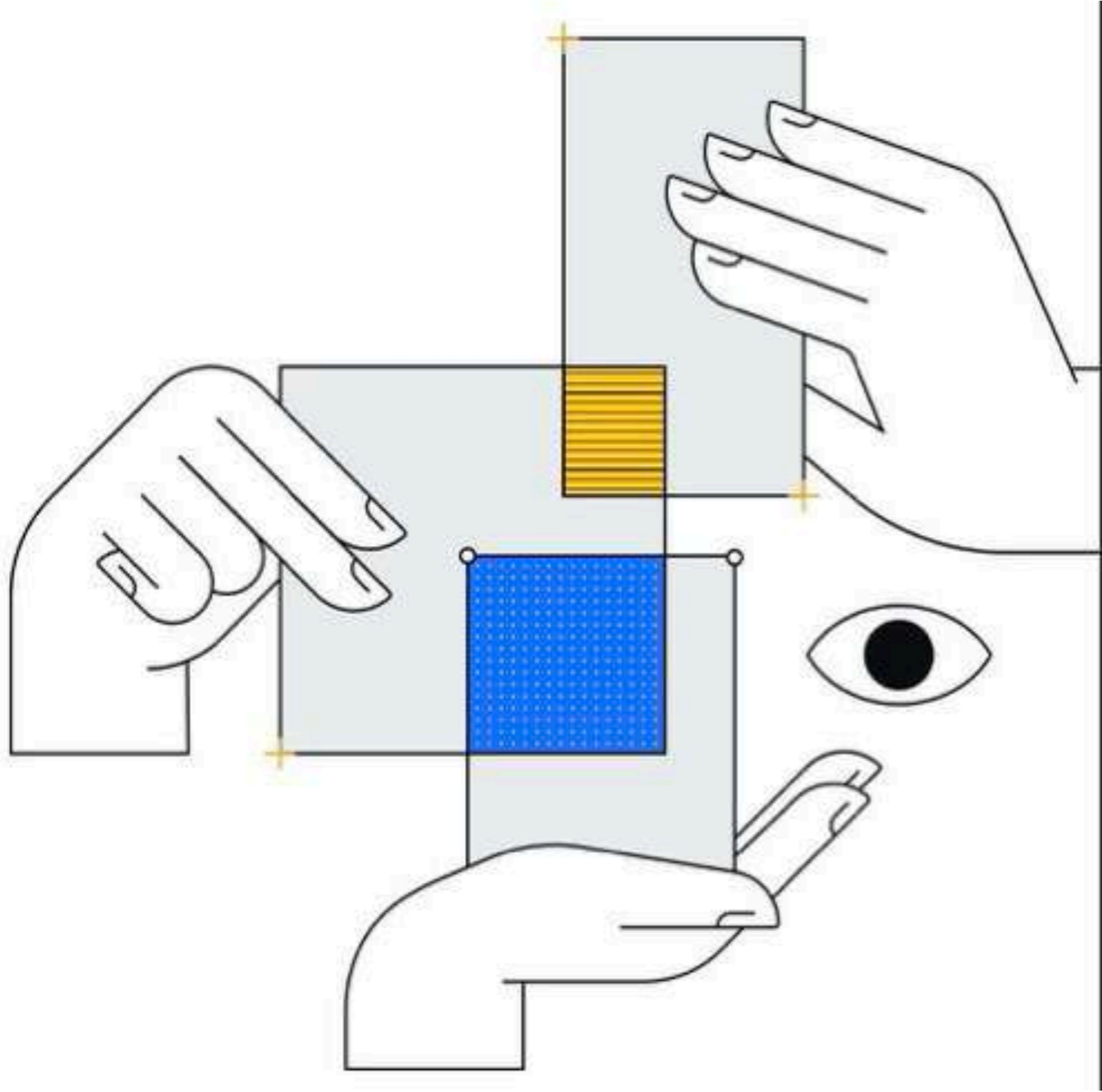


DISCLAIMER: DATA FROM THIS REPORT REPRESENTS THE FINDINGS OF A SURVEILLANCE SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. THIS INFORMATION IS FOR INFORMATIONAL PURPOSES ONLY AND DOES NOT REPRESENT AN ADVERTISEMENT OR ENDORSEMENT OF ANY SOCIAL MEDIA PLATFORM. THIS DATA DOES NOT CORRELATE WITH THE PLATFORMS' OWN REPORTS OR OTHER DATA SOURCES. PLATFORMS' ADVERTISING REVENUE IS NOT THE ACTIVE USER FIGURES PUBLISHED BY INDIVIDUAL SOCIAL MEDIA PLATFORMS.

we
are
social

Hootsuite


EPRO2



FOW

**Future
Of
Work**

HYBRID



comodal, flexible,
aménagé, remote,
asynchrone, smart,
nomade, agile



#NewWork

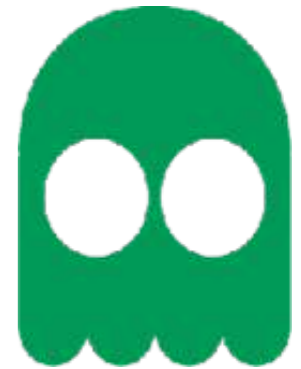
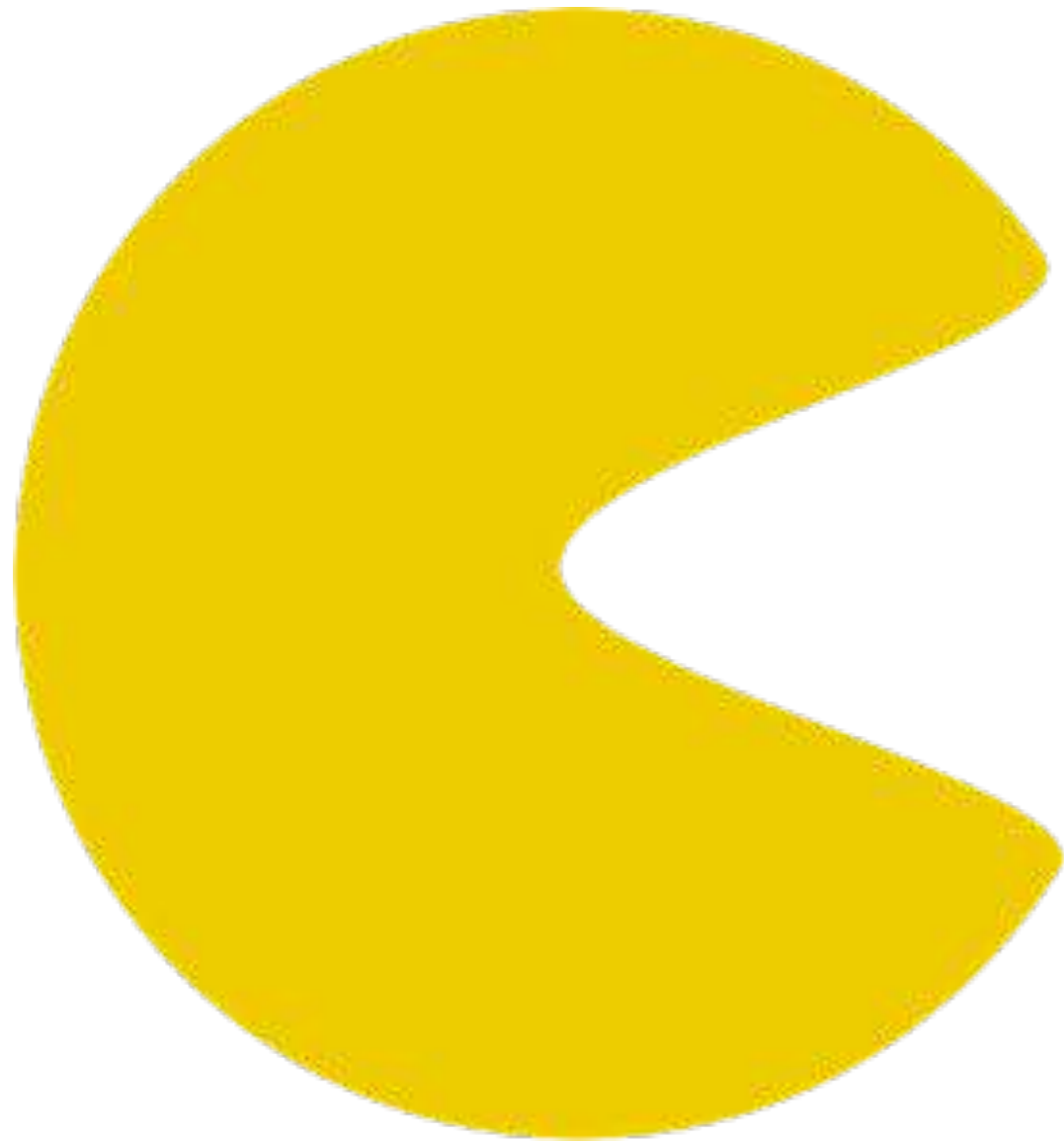
build 2022

THE BIG QUIT

THE BIG QUIT

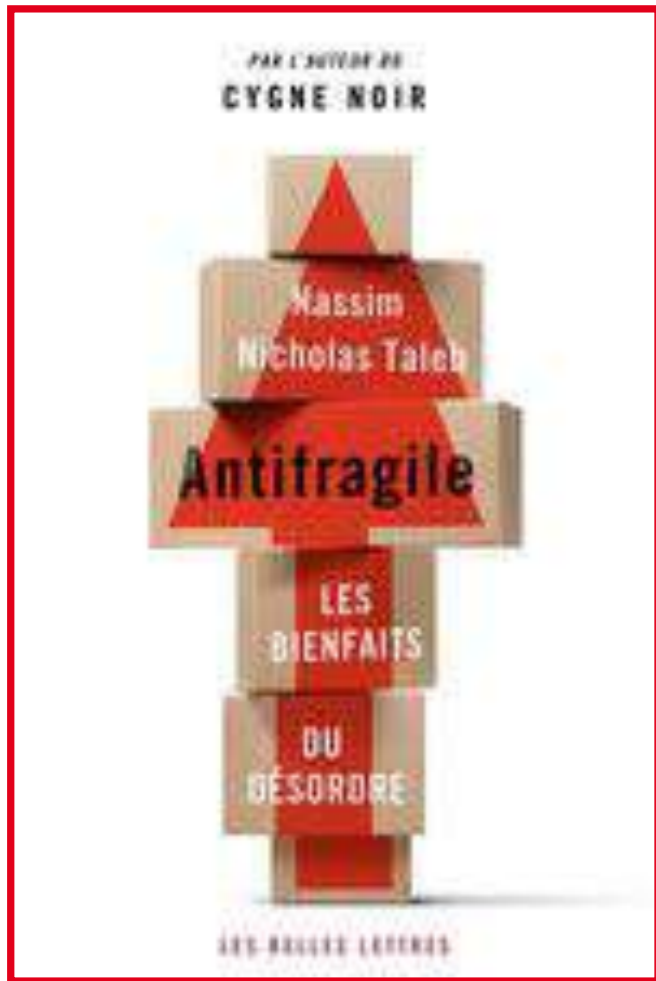
THIS IS A TRUE STORY



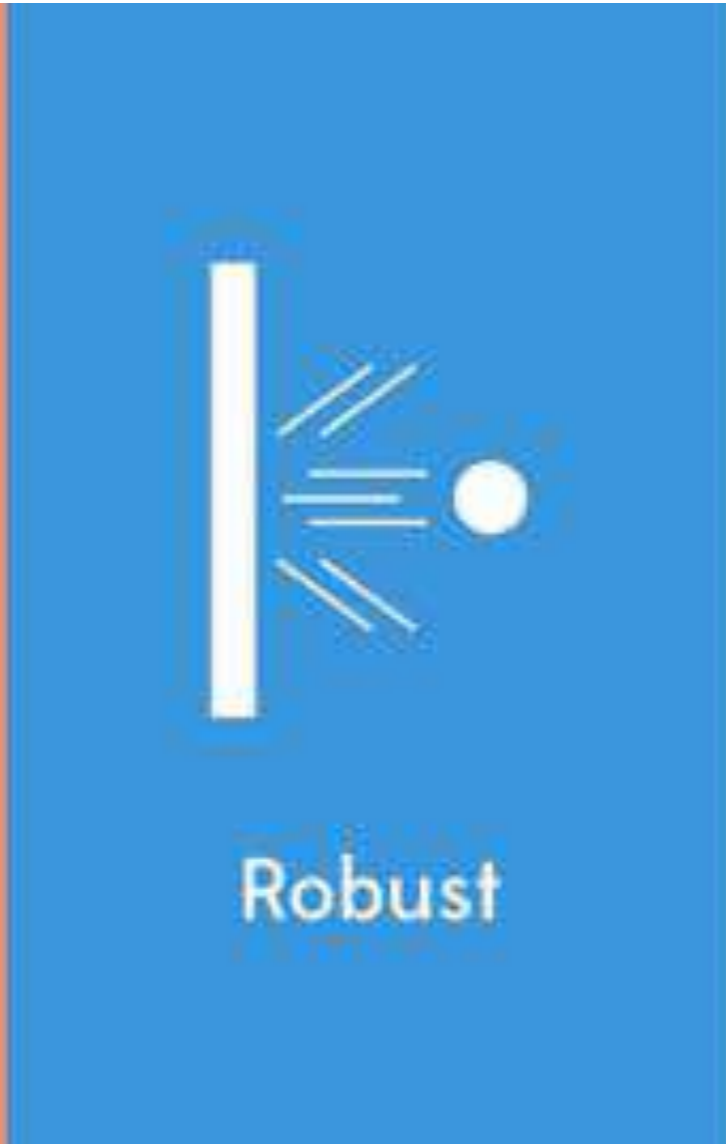


CULTURE EATS STRATEGY FOR BREAKFAST

Peter Drucker



Fragile



Robust



Antifragile



fragile

sensible, peur du stress



résilient

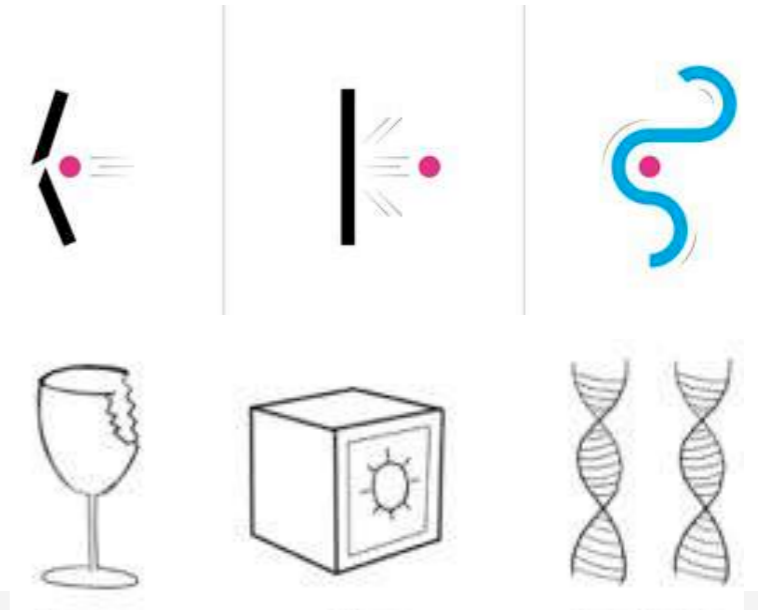
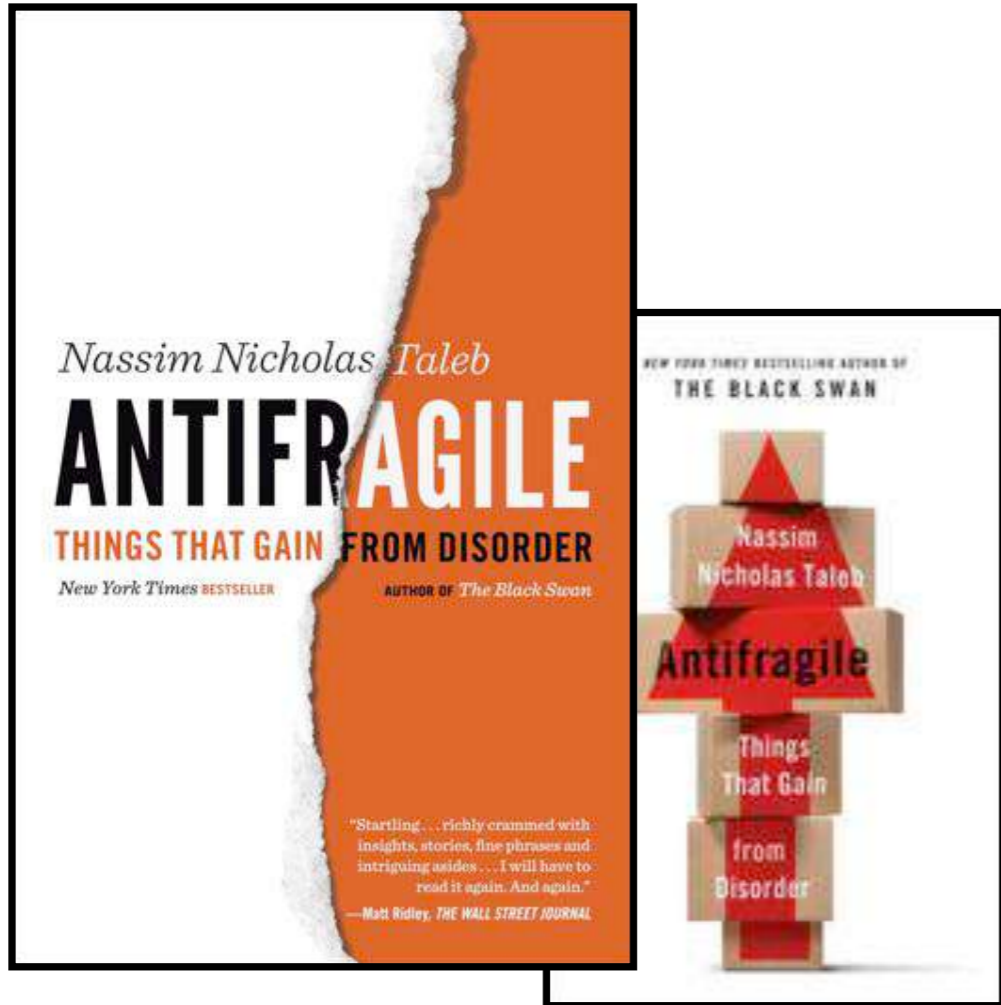
robuste, puissant, résiste au stress



antifragile

renforcé par l'adaptation au stress

KINTSUGI ET ANTIFRAGILITÉ



Kintsugi
金継ぎ

Amélioration

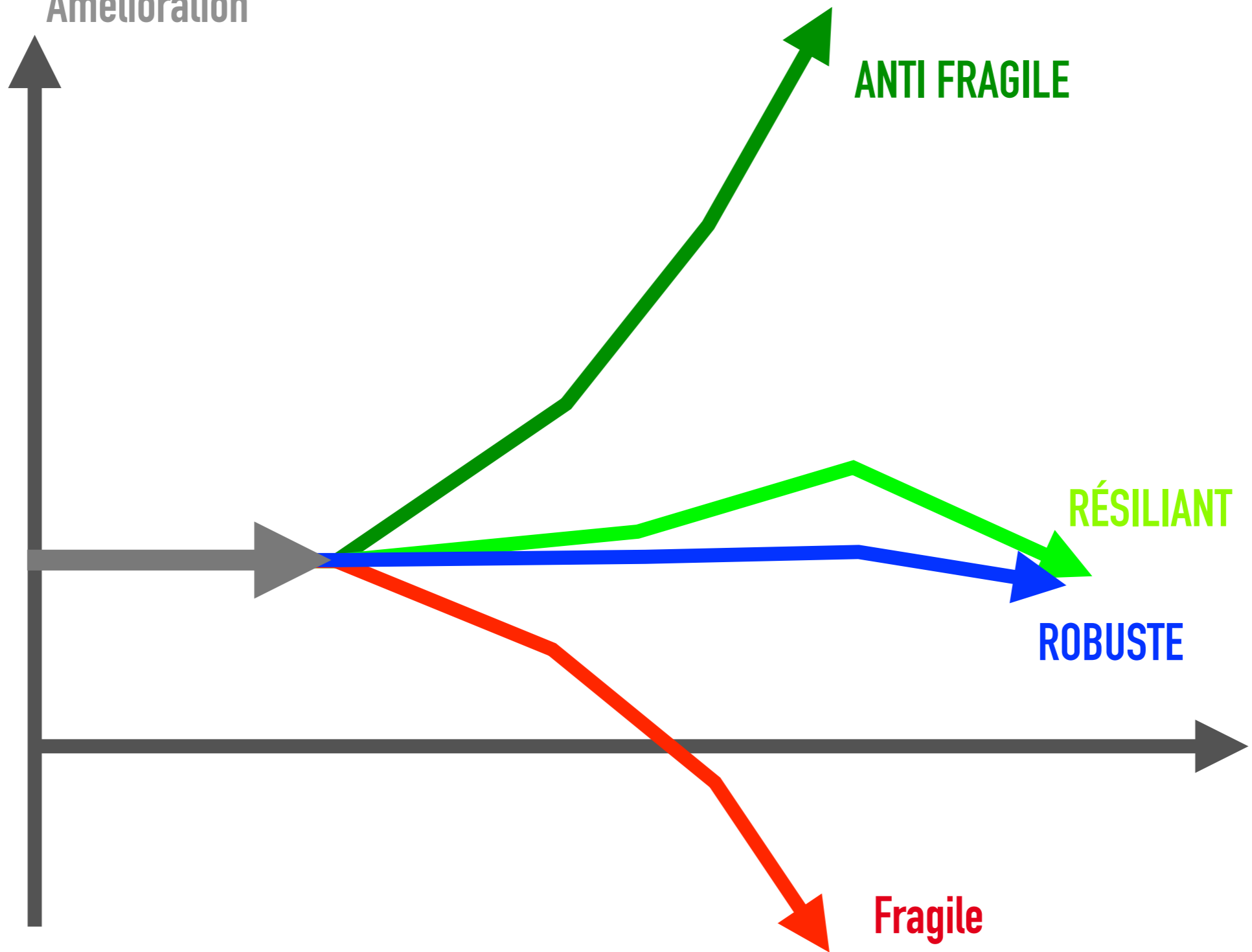
ANTI FRAGILE

RÉSILIENT

ROBUSTE

Fragile

Stress
Change



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.

anywhere

AirBnB
9to5

anywhere
anytime
holacracy

PLACE

Client sites
subsidiaries
synchronous

open office
flex-office
Asynchronous

1 office

Office
9to5

Office
996

fixed
time for all

anytime

TIME





WorkYourWorld : 6 semaines à l'étranger



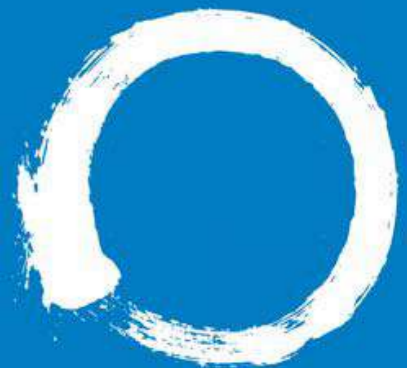
Les trois quarts de la surface du siège du groupe Unilever France sont désormais aménagés en espaces de «co-création», collaboratifs et informels, à grand renfort de mobilier confortable. Crédit : Unilever

8 jours par mois en entreprise

Salariés hybrides

=

Augmentés



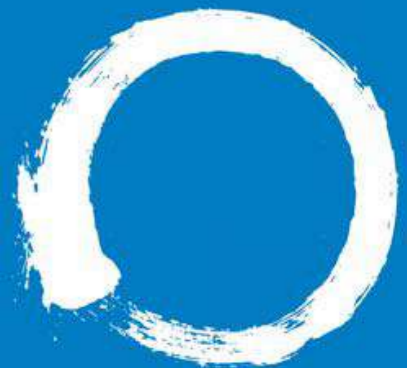
Clients hybrides

=

solutions et communication

personnalisées

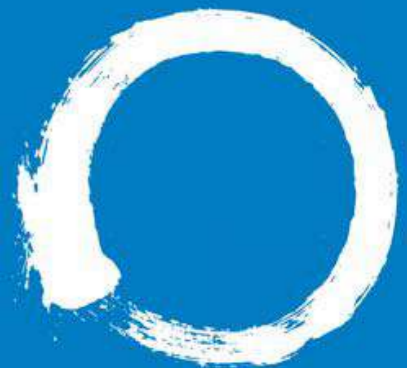
carte vs. menu imposé



Ventes hybrides

=

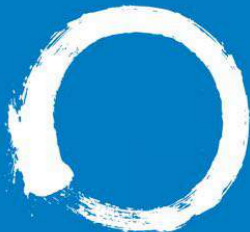
Omnicanal



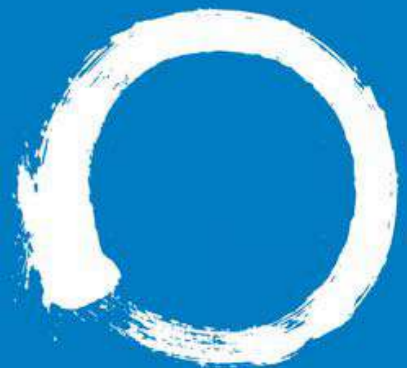
Outils digitaux
Salariés hybrides
Travail hybride
Management hybride
Ventes hybrides
Clients hybrides

?

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

A background image of a Paris skyline with the Eiffel Tower in the center. A large, semi-transparent white circle is overlaid on the image, containing the text.

Hybride Agile ...& Management

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

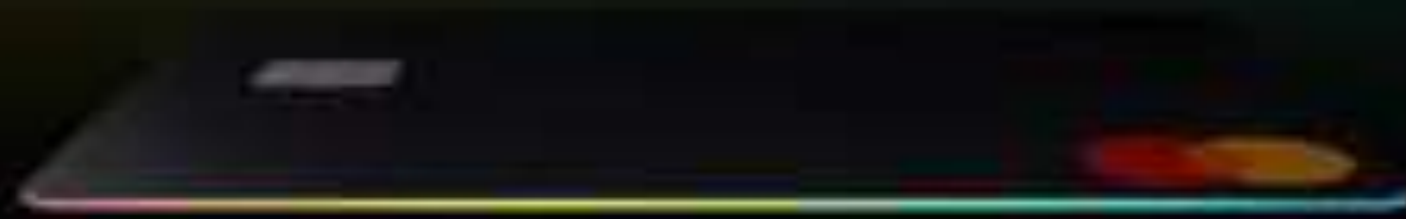
Management hybride

=

AGILE

vs. contrôle / présentiel

Smile at work



Swile, the card and app at the center of
employee engagement.

CoWorking Card CoWorking Ticket

we work



Work.
Share.
Live.

WHAT IS THE
FUTURE
OF THE
OFFICE?



IDLER

DAMIEN HIRST

"I lost control"

SLOW BOAT

Return of the sailing ship

PROPER JOB

Meet the part time pioneers

QUILLING ME


SOFTLY
Letters of the Romantic poets

PLUS


Koolhaas
Phillyneer
Bear
Danzon with Delivery

ISSN 1361-3076



A city skyline at dusk, featuring numerous skyscrapers and the CN Tower. A large white circle is overlaid on the image, containing the text. The text is in a dark blue, serif font.

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



hybride
=
agile2

EPROS

F O T

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

Digital

Cyber

1



**LE BUREAU
DES
LEGENDES**

2



**LE BUREAU
DES
LEGENDES**

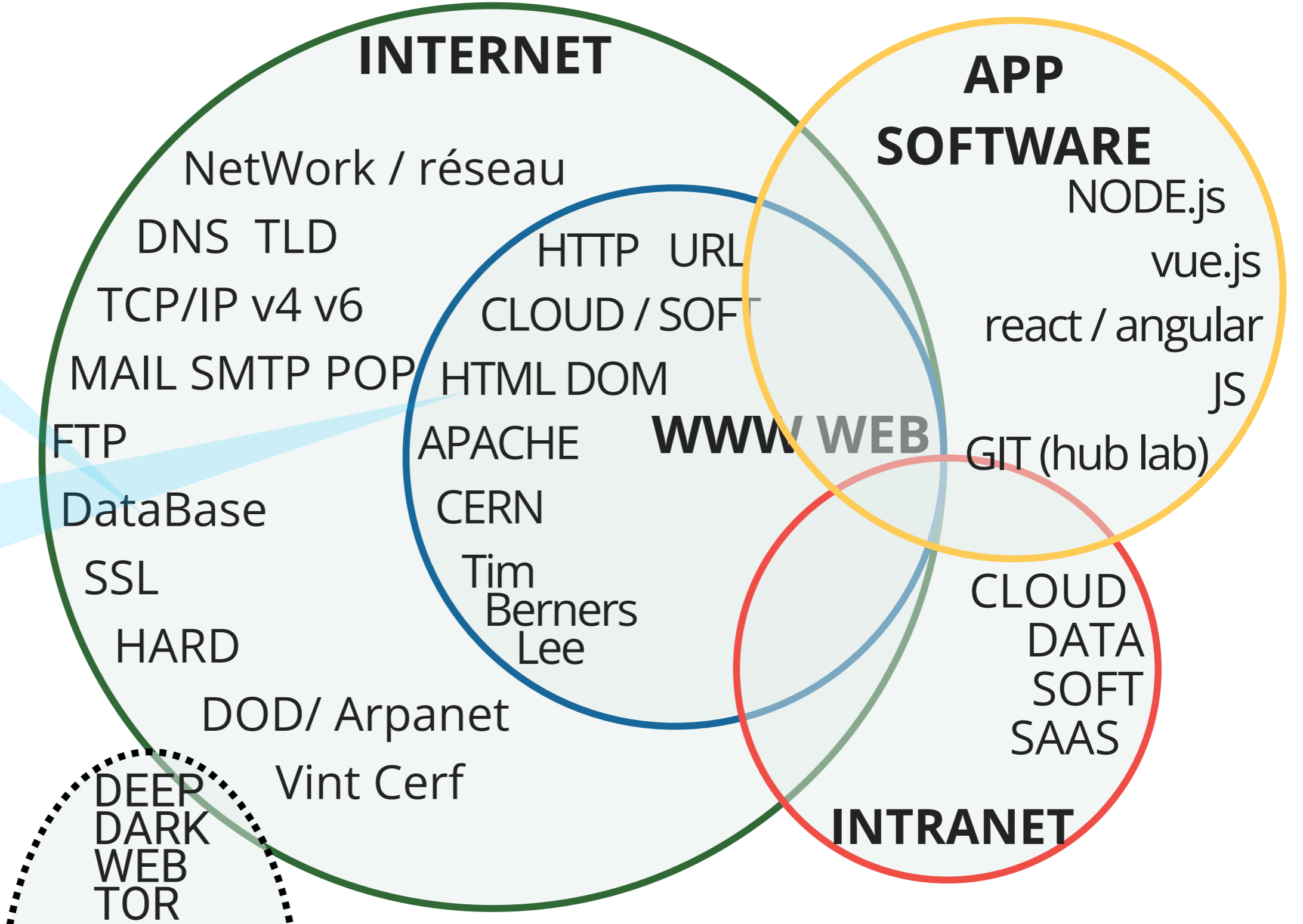
3



**LE BUREAU
DES
LEGENDES**

SQL / Postgres
Oracle
select
from
where
group
having
order

<html>
<head>
<body>
css
.js



DEEP
DARK
WEB
TOR

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

CERN DD/DC

Information Management: A Proposal

Tim Berners-Lee, CERN/DC

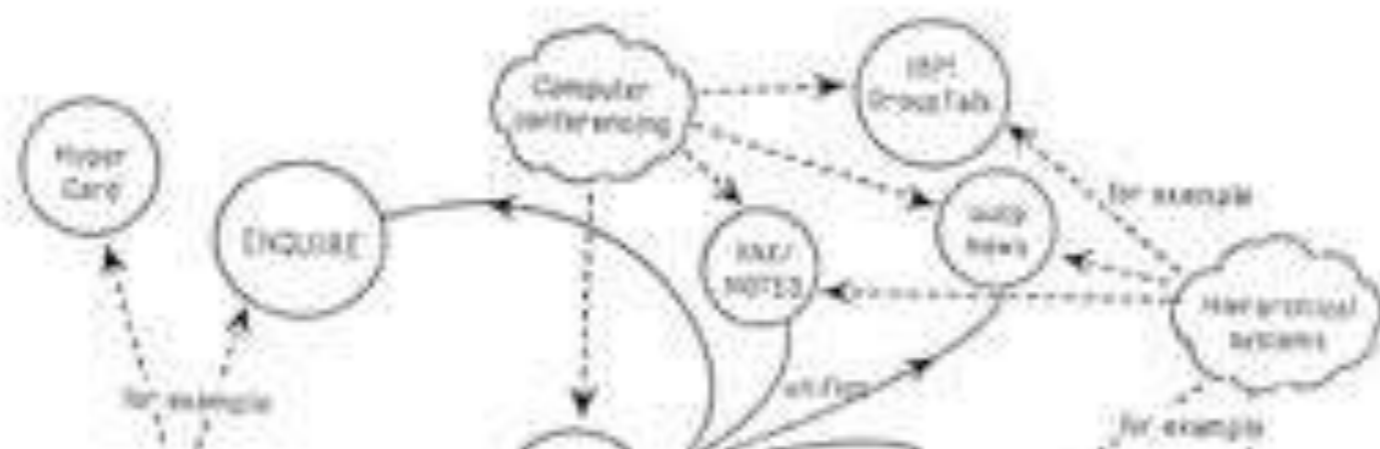
March 1989

Information Management: A Proposal

Abstract

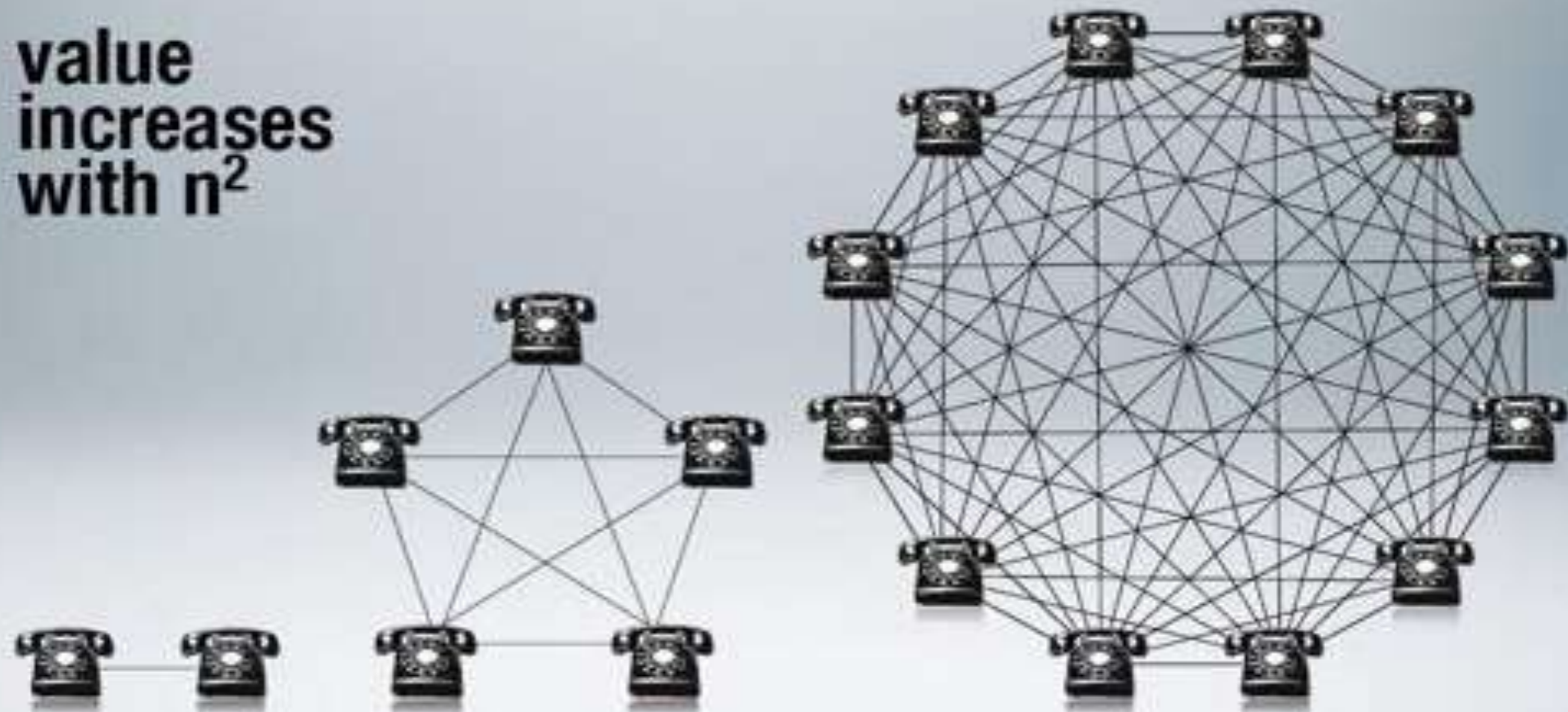
This proposal concerns the management of general information about activities and experiments at CERN. It discusses the problems of loss of information about complex evolving systems and derives a solution based on a distributed hypertext system.

Keywords: Hypertext, Computer conferencing, Database retrieval, Information management, Project control



METCALFE'S LAW

value
increases
with n^2



"When you're done reading, you're not only a student of
economics, you're also a citizen of the world, a citizen of the
new world, because the world is changing." —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





PERVASION

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



William Ford Gibson (1948-) cyberspace noir prophet

“
J'aime dire que la
transformation
digitale est finie.
”

Aurélien Jean

LP CEO et Fondatrice
In Step Virtual, LLC



CERN DD/DC

Information Management: A Proposal

Tim Berners-Lee, CERN/DC

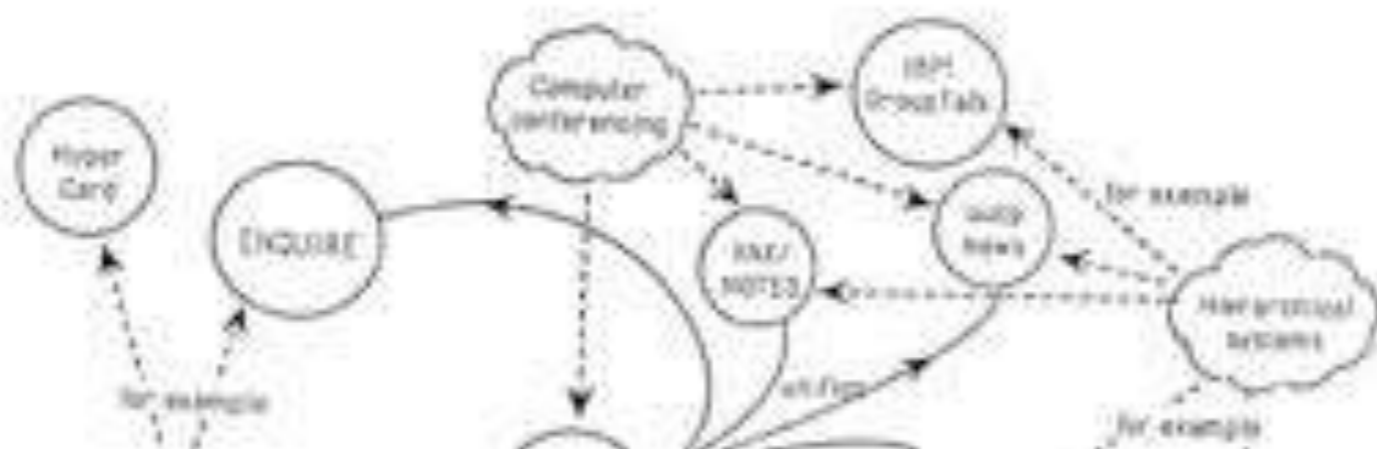
March 1989

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



NIBIC

NBIC

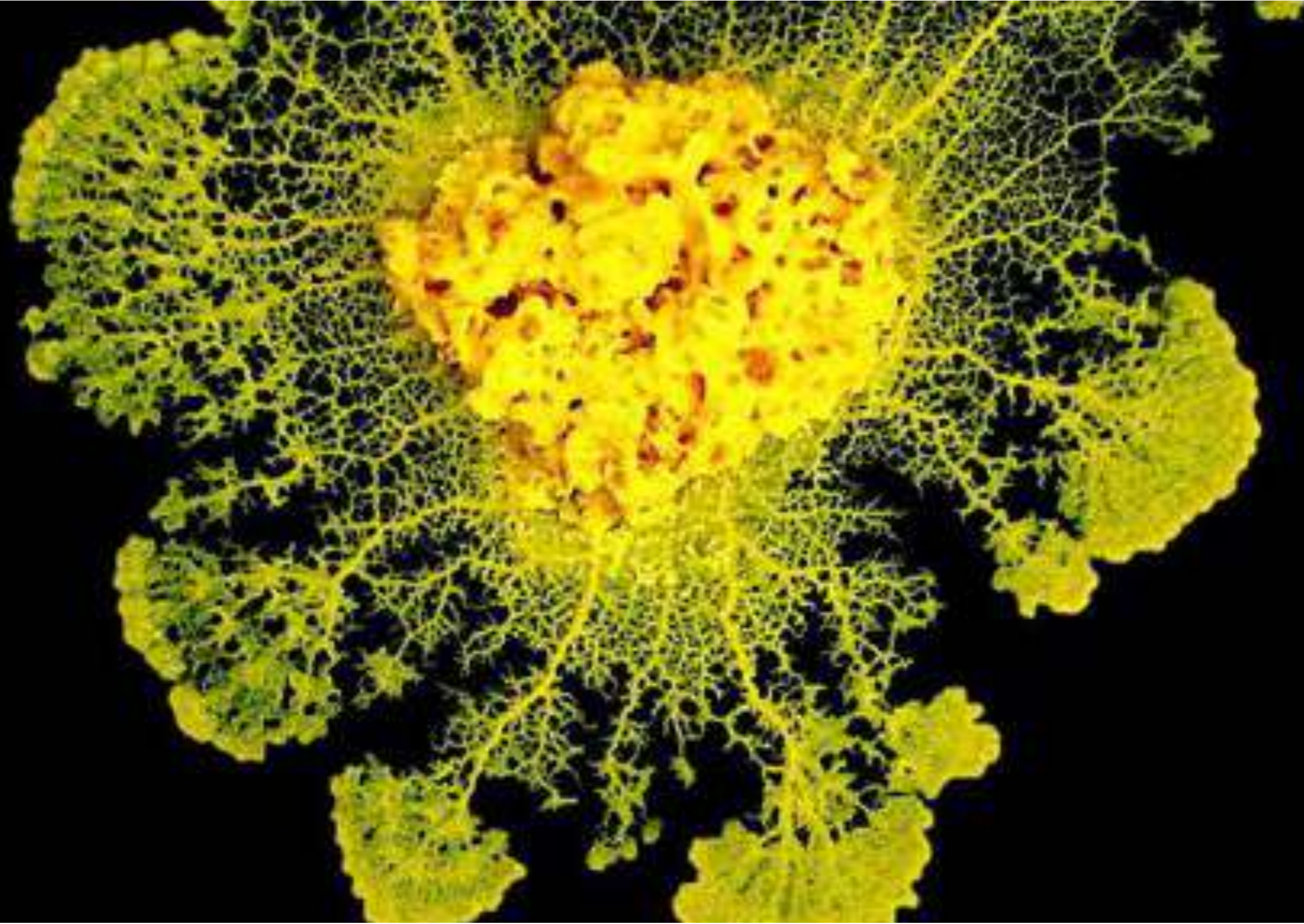
Nano (techno, matériaux, graphène, H)

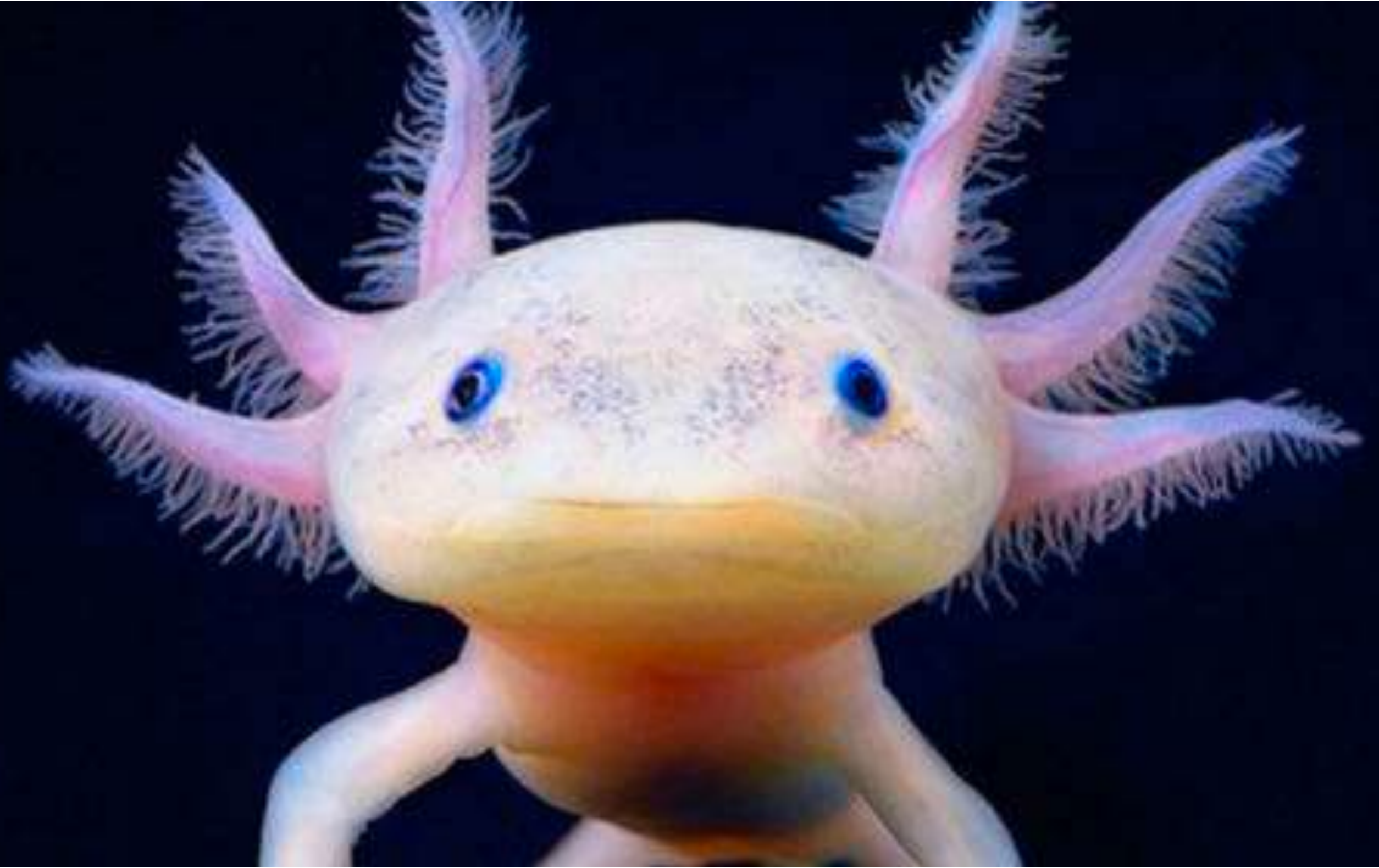
Bio (techno, mimétisme, blob, axolotl)

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

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



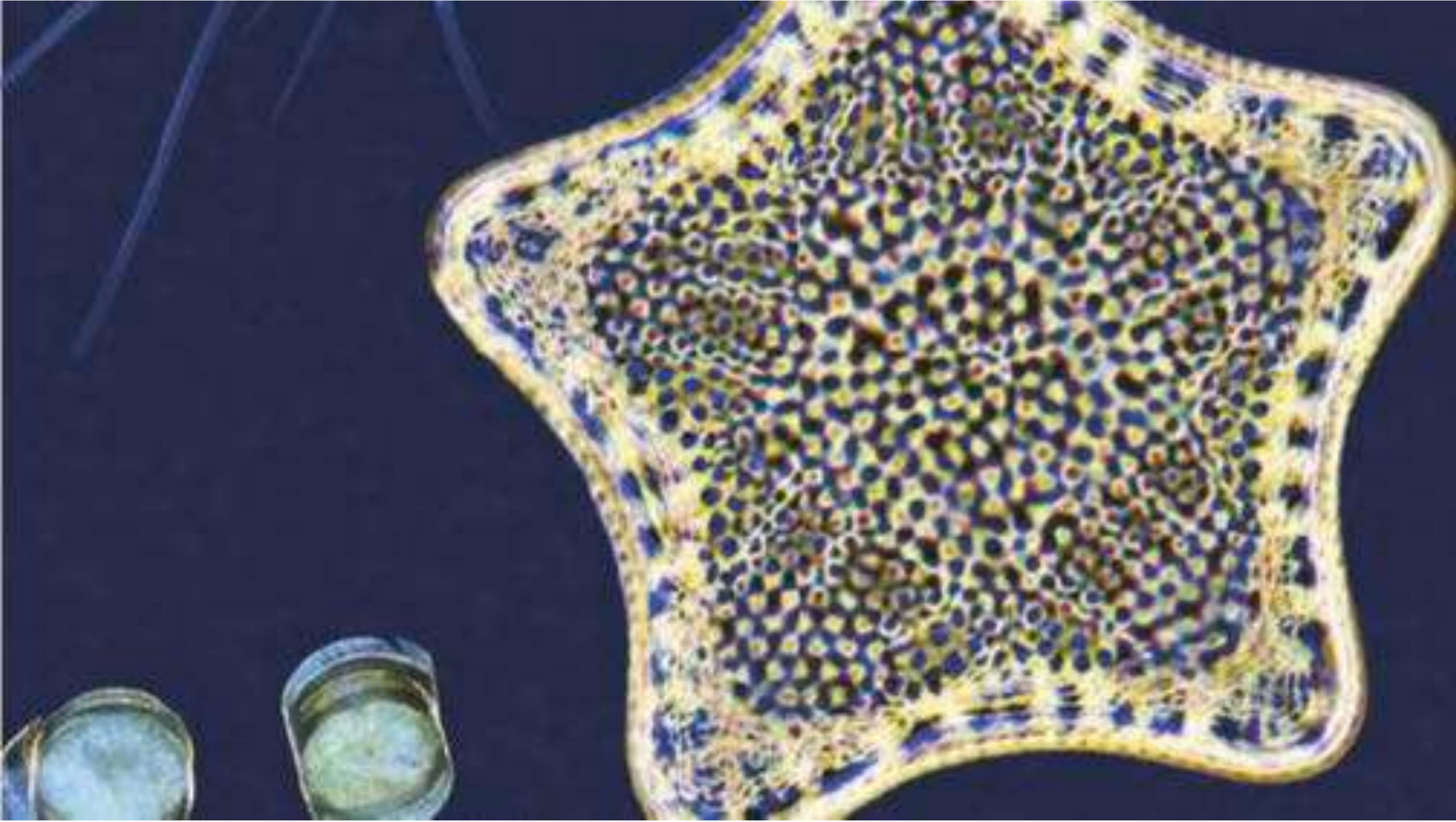




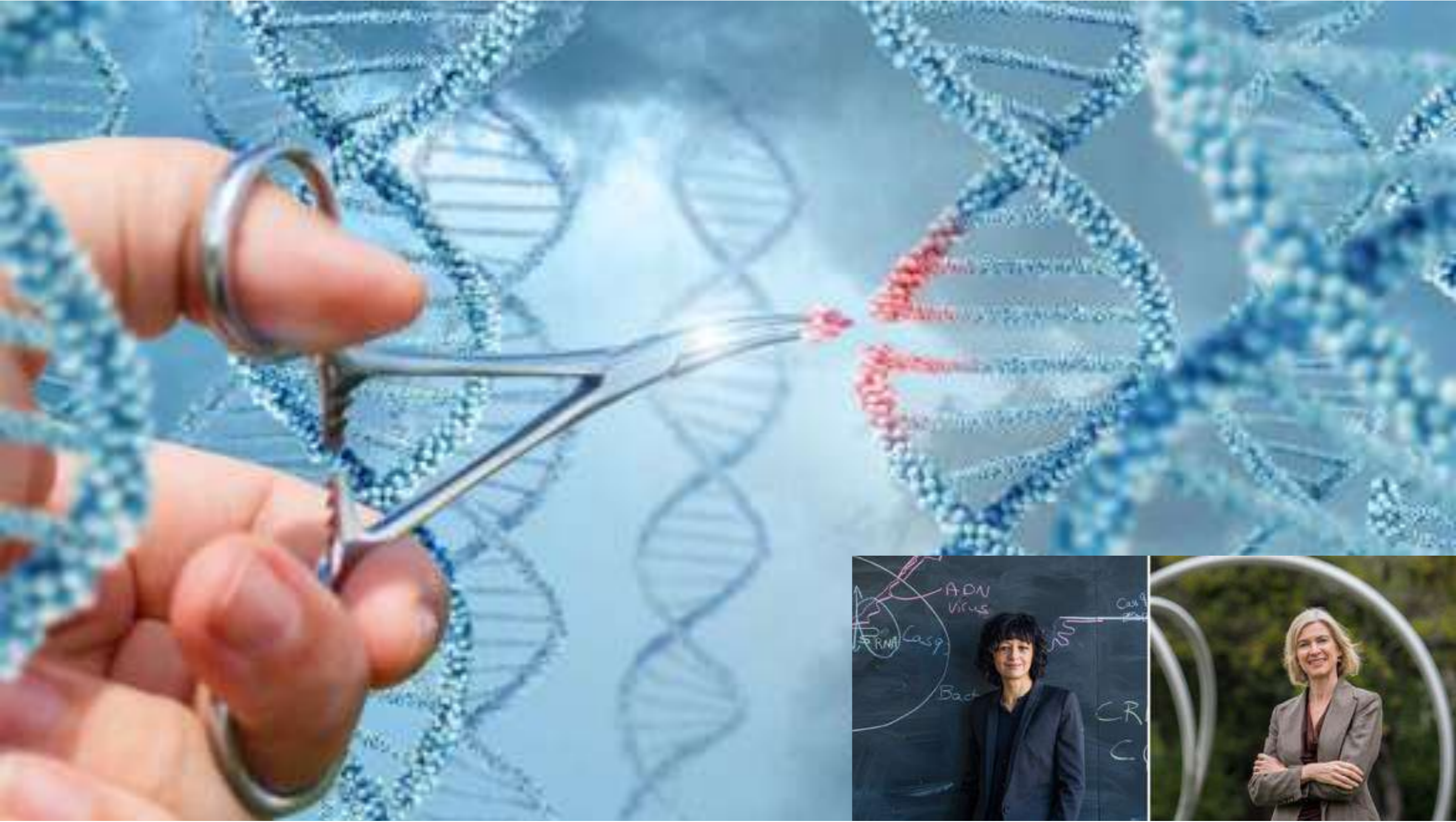


1 H Hydrogen																	2 He Helium
3 Li Lithium	4 Be Beryllium											5 B Boron	6 C Carbon	7 N Nitrogen	8 O Oxygen	9 F Fluorine	10 Ne Neon
11 Na Sodium	12 Mg Magnesium											13 Al Aluminum	14 Si Silicon	15 P Phosphorus	16 S Sulfur	17 Cl Chlorine	18 Ar Argon
19 K Potassium	20 Ca Calcium	21 Sc Scandium	22 Ti Titanium	23 V Vanadium	24 Cr Chromium	25 Mn Manganese	26 Fe Iron	27 Co Cobalt	28 Ni Nickel	29 Cu Copper	30 Zn Zinc	31 Ga Gallium	32 Ge Germanium	33 As Arsenic	34 Se Selenium	35 Br Bromine	36 Kr Krypton
37 Rb Rubidium	38 Sr Strontium	39 Y Yttrium	40 Zr Zirconium	41 Nb Niobium	42 Mo Molybdenum	43 Tc Technetium	44 Ru Ruthenium	45 Rh Rhodium	46 Pd Palladium	47 Ag Silver	48 Cd Cadmium	49 In Indium	50 Sn Tin	51 Sb Antimony	52 Te Tellurium	53 I Iodine	54 Xe Xenon
55 Cs Cesium	56 Ba Barium	57-71 La-Lu Lanthanides	72 Hf Hafnium	73 Ta Tantalum	74 W Tungsten	75 Re Rhenium	76 Os Osmium	77 Ir Iridium	78 Pt Platinum	79 Au Gold	80 Hg Mercury	81 Tl Thallium	82 Pb Lead	83 Bi Bismuth	84 Po Polonium	85 At Astatine	86 Rn Radon
87 Fr Francium	88 Ra Radium	89-103 Ac-Lr Actinides	104 Rf Rutherfordium	105 Db Dubnium	106 Sg Seaborgium	107 Bh Bohrium	108 Hs Hassium	109 Mt Meitnerium	110 Ds Darmstadtium	111 Rg Roentgenium	112 Cn Copernicium	113 Nh Nihonium	114 Fl Flerovium	115 Mc Moscovium	116 Lv Livermorium	117 Ts Tennessine	118 Og Oganesson

57 La Lanthanum	58 Ce Cerium	59 Pr Praseodymium	60 Nd Neodymium	61 Pm Promethium	62 Sm Samarium	63 Eu Europium	64 Gd Gadolinium	65 Tb Terbium	66 Dy Dysprosium	67 Ho Holmium	68 Er Erbium	69 Tm Thulium	70 Yb Ytterbium	71 Lu Lutetium
89 Ac Actinium	90 Th Thorium	91 Pa Protactinium	92 U Uranium	93 Np Neptunium	94 Pu Plutonium	95 Am Americium	96 Cm Curium	97 Bk Berkelium	98 Cf Californium	99 Es Einsteinium	100 Fm Fermium	101 Md Mendelevium	102 No Nobelium	103 Lr Lawrencium









MAX
PLANCK



CONTINUOUS FIBER COMPOSITES FOR HIGH VOLUME PRODUCTION THROUGH ADDITIVE MANUFACTURING

Trusted by



9T Labs, spécialiste de l'impression 3D carbone, lève 17 millions de dollars.



TikTok
@leopoldo.cruje





LORaWAN

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

Le graphène, un matériau miracle

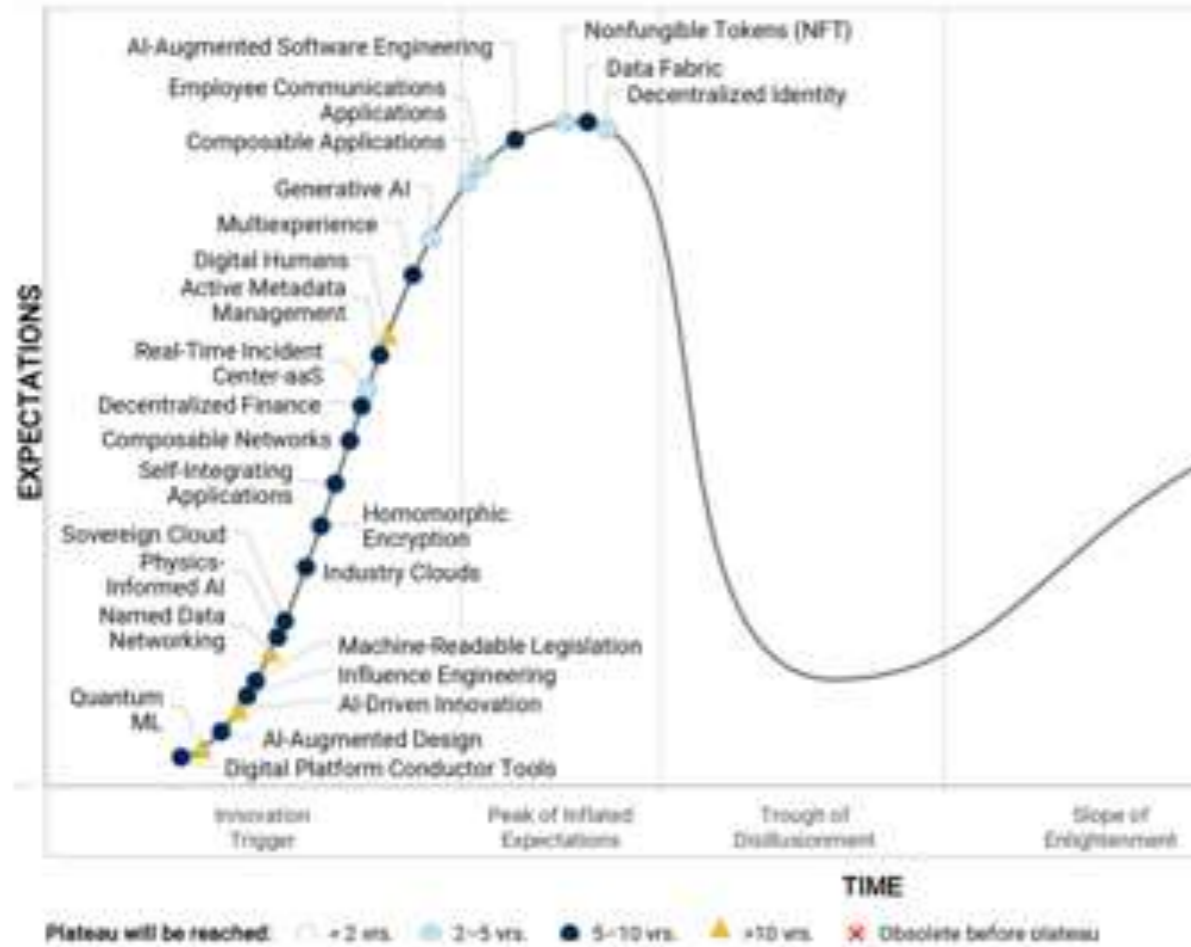
Des travaux en laboratoire montrent que des transistors en graphène sont potentiellement capables de détrôner les transistors en silicium, ouvrant la voie à des ordinateurs plus performants car plus rapides et plus petits. Étant pratiquement transparent et aussi bon conducteur que le cuivre, le graphène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

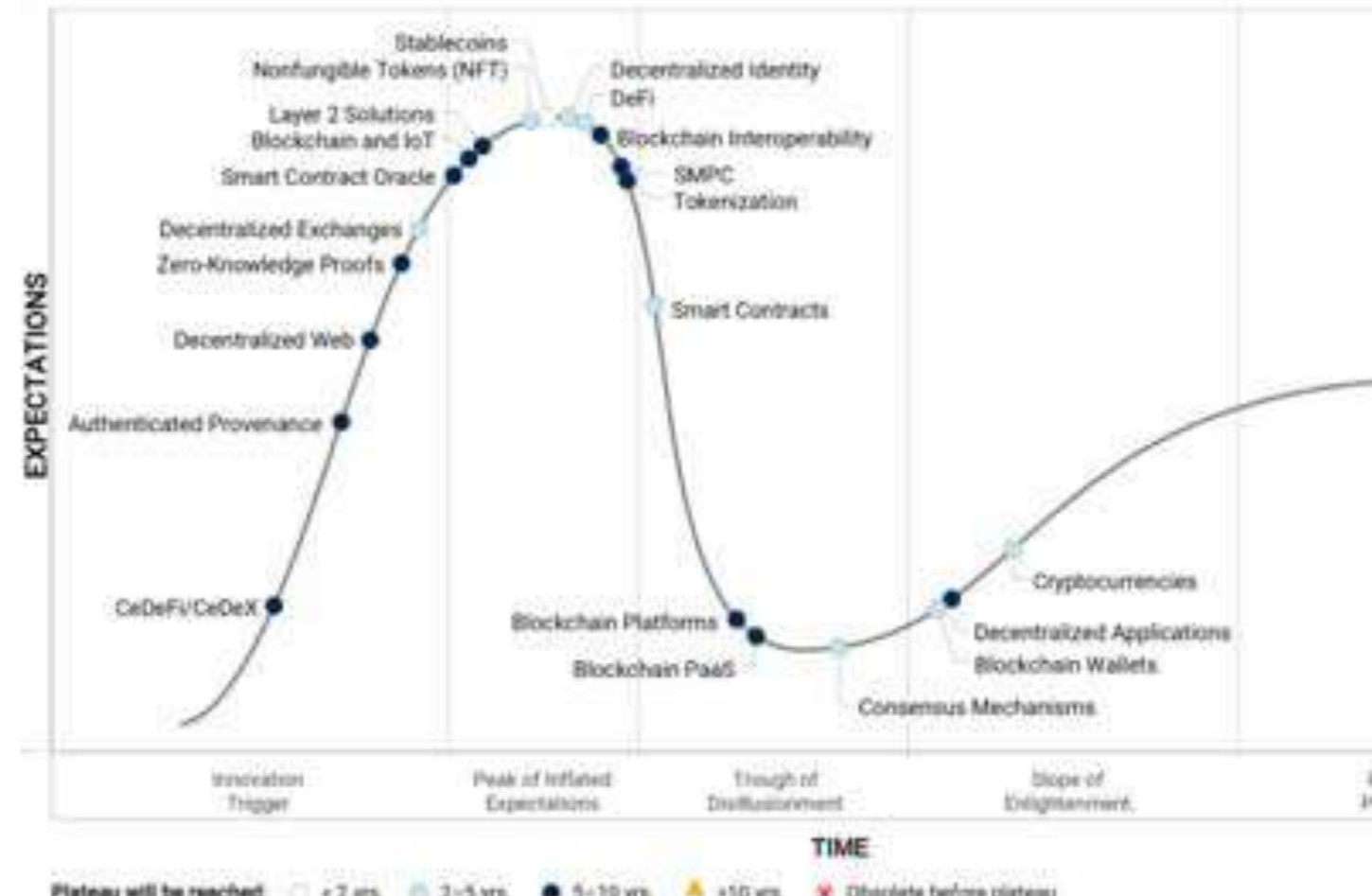
Hype Cycle for Emerging Technologies, 2021



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">• 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

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

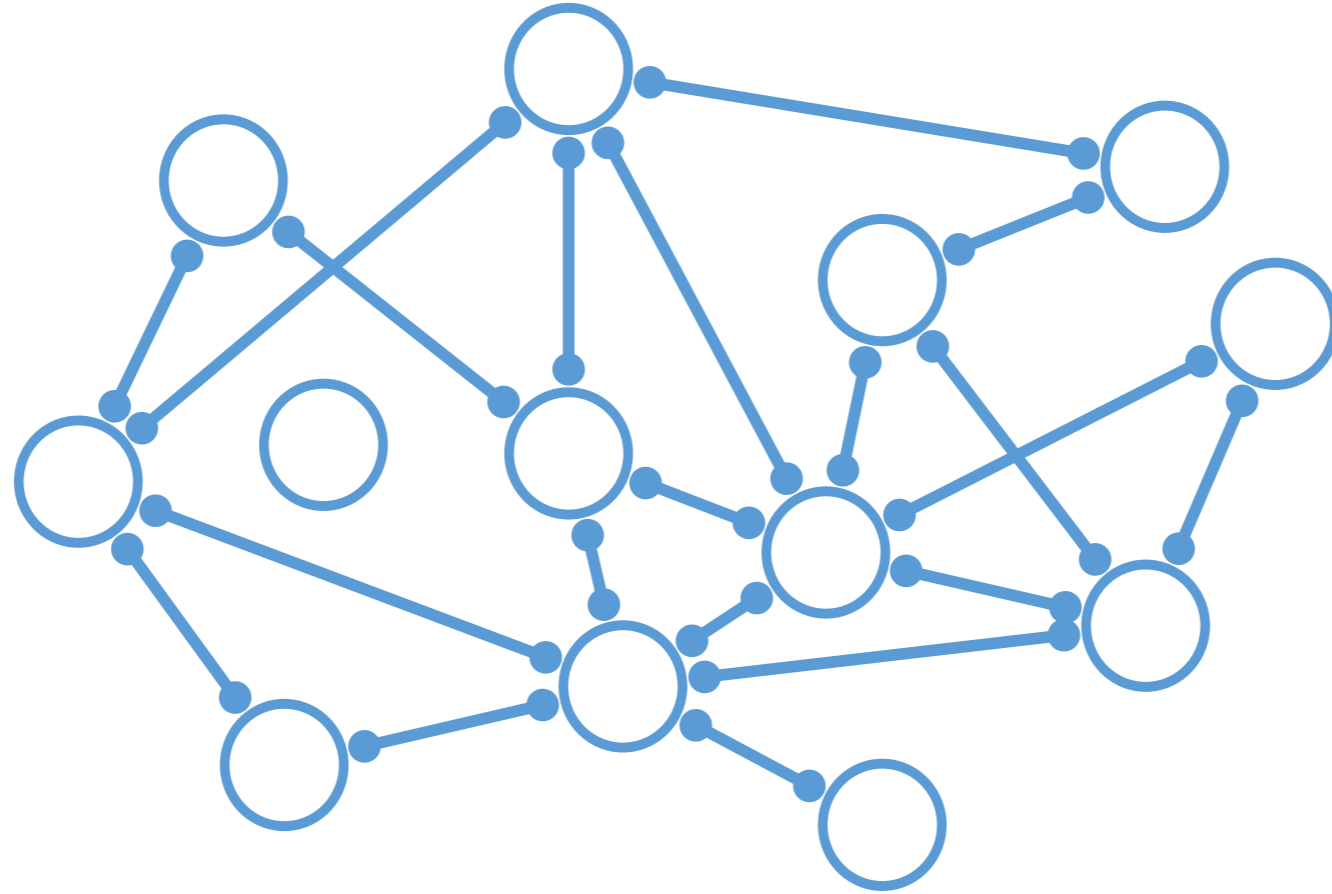
Les opérations en tout lieu font référence à un modèle d'exploitation informatique conçu pour soutenir les clients partout, permettre aux employés d'y accéder n'importe où et gérer le déploiement des services commerciaux dans une infrastructure distribuée. Cette tendance a été omniprésente à l'arrivée 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.

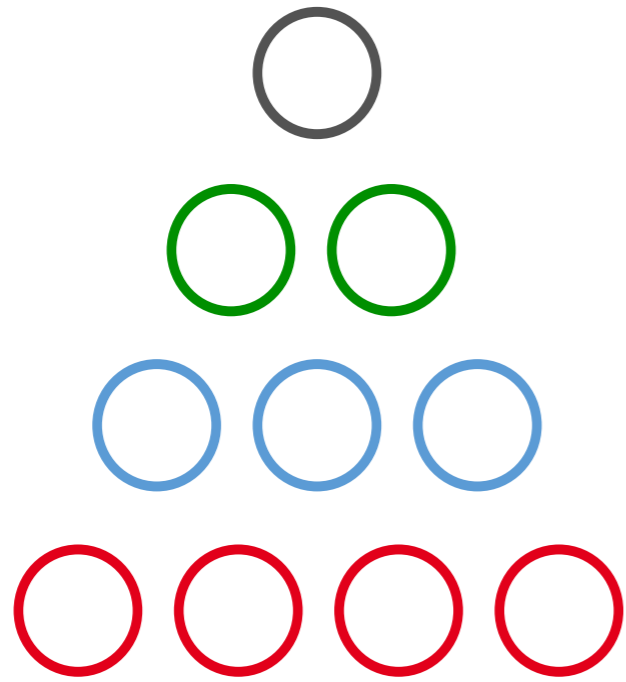
facebook horizon metaverse



DeFi : decentralized finance

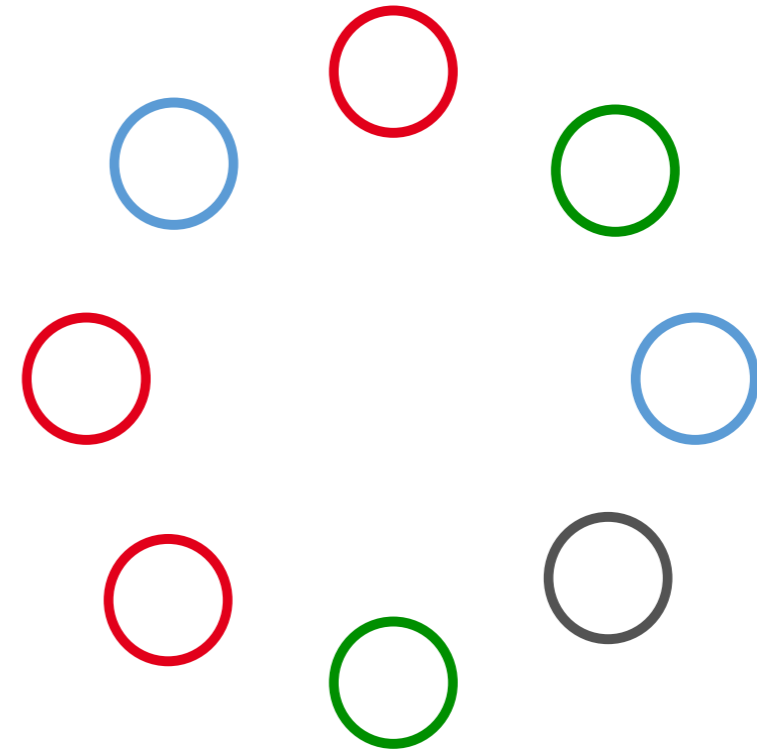


DAO: decentralized autonomous organization



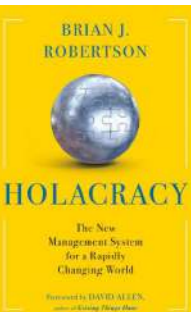
Top-Down

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



Holacracy

new / Zappos / fast / risky / direct / Robertson





TikTok
@leopoldcruse

A black and white image featuring a heavy metal chain. The chain is composed of several large, dark links, some of which are illuminated from the side, creating highlights and shadows that emphasize their metallic texture and three-dimensional form. The chain runs diagonally across the frame. Overlaid on the chain in the center is the text "BLOCK CHAIN" in a clean, white, bold, sans-serif font. The word "BLOCK" is on the top line, and "CHAIN" is on the bottom line, with the letters of "CHAIN" positioned slightly below and between the letters of "BLOCK".

**BLOCK
CHAIN**

Understand the Future, Now

Software is eating the world. Future is your guide from aBEx to technology, innovation, and where it's all going.

[Go to Future »](#)

 **Future**

Software is eating the world
WEB 1.0 —> 3.0

WEB 1

1990-2005

WEB 2

2005-2015

WEB²

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

UGC Contenus Généré par
Utilisateurs

Recommandation personnelle

IA

Données

Sémantique

Dynamique

Algorithmique

Décentralisée

Producteurs

Éditeur
ex: wikipedia

Utilisateur réel
ex: FB, TWTR

Utilisateur anonyme

Blockchain
ex: sorare, ledger

Type

Partage statique
HTML CSS

Réseau interactif
JAVASCRIPT

Réseau dynamique
IA / ML

IOT / IOB
BLOCKCHAIN





Next Big Things In Tech



1999

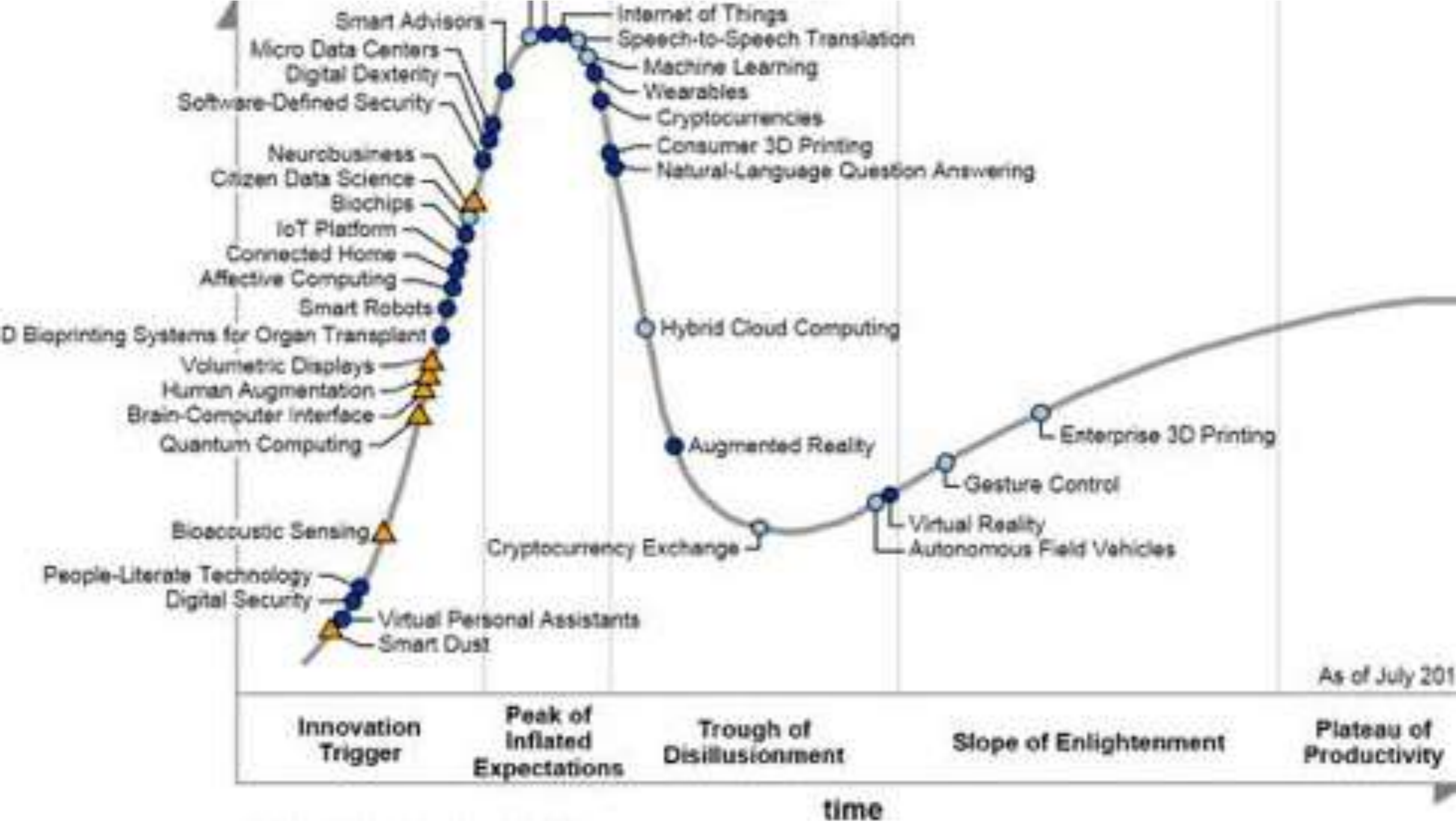


2010

2019



2021



4^{ème} révolution industrielle

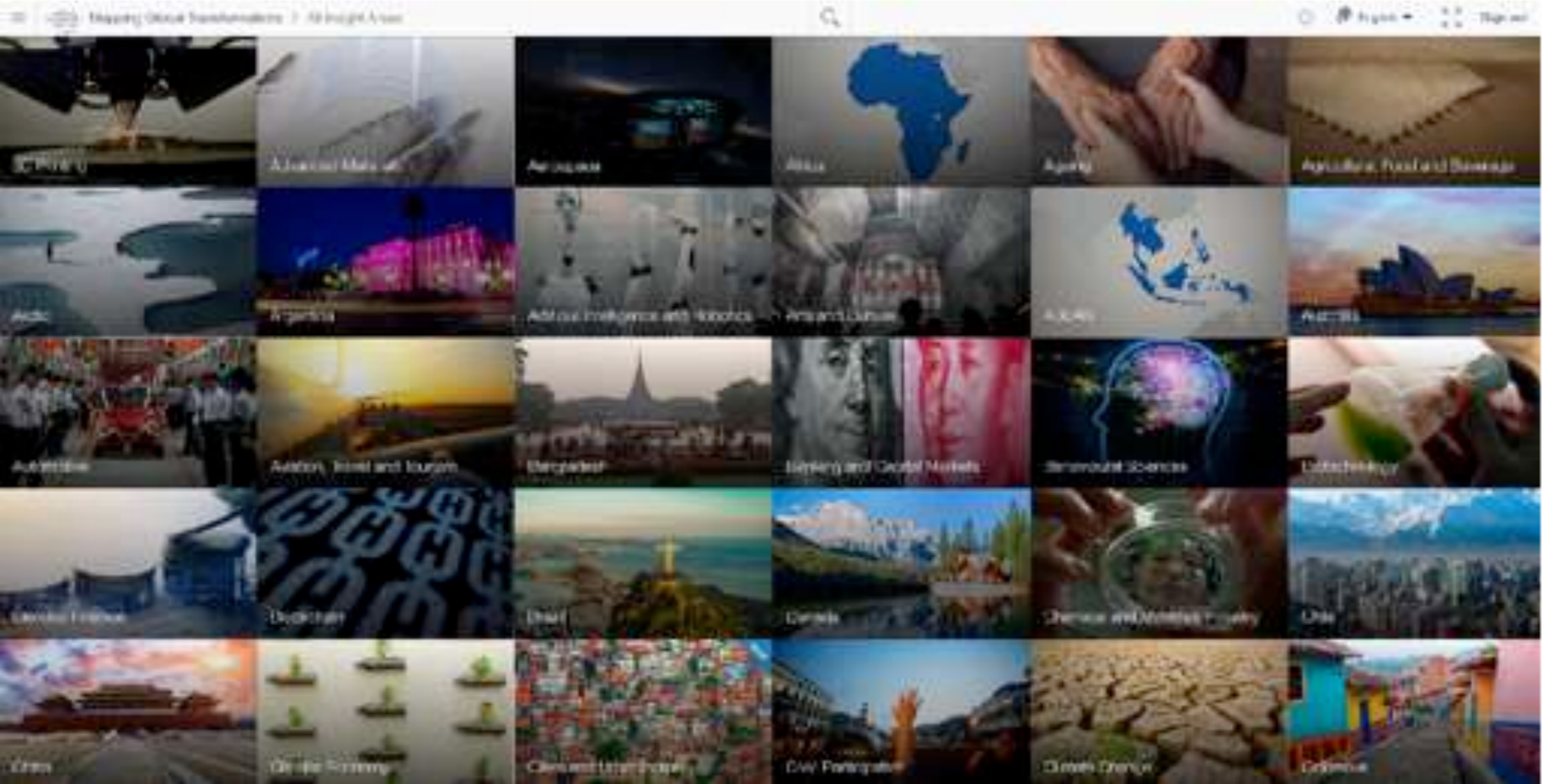
Vapeur + moteur

Électricité

NTIC

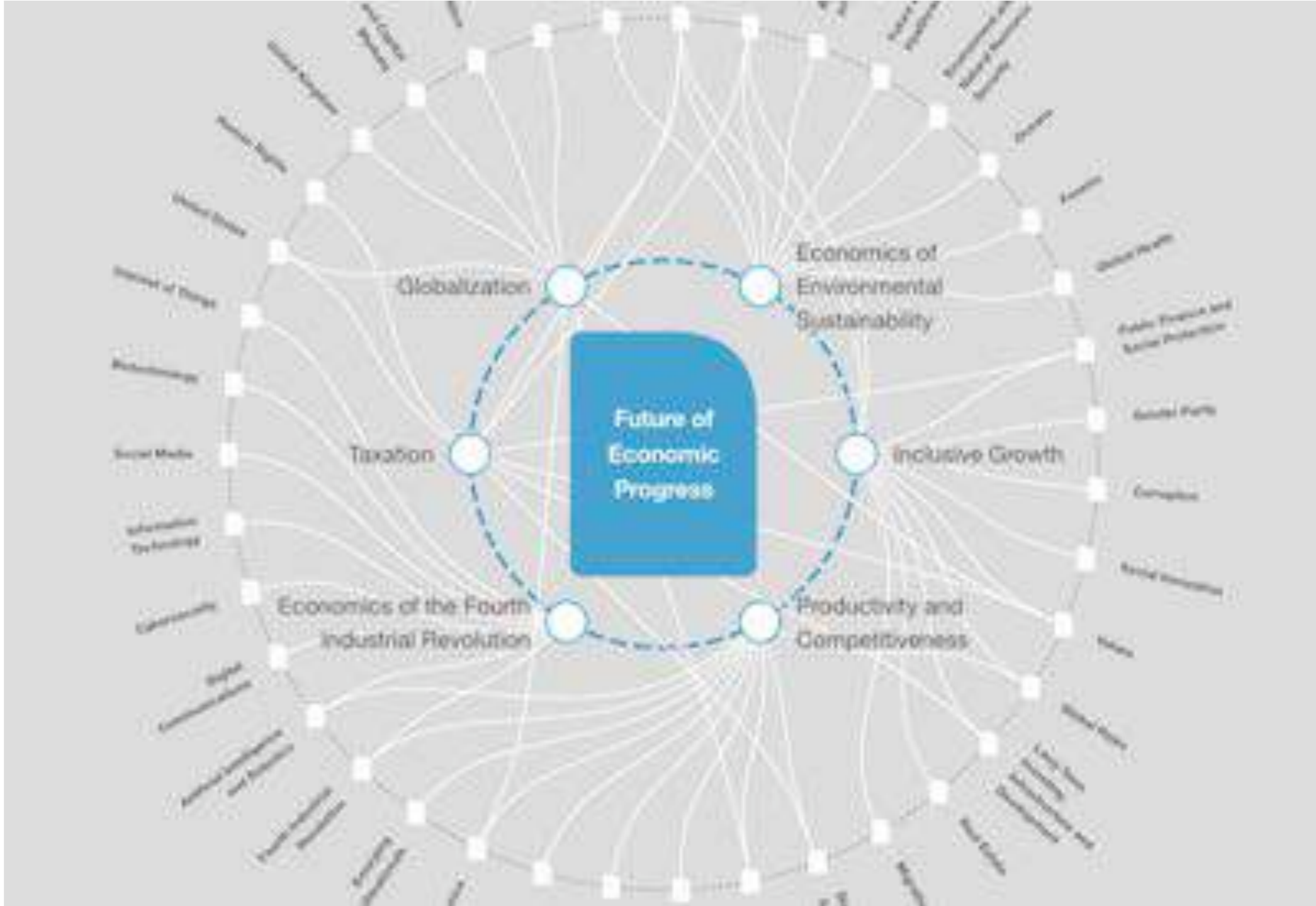
NBIC





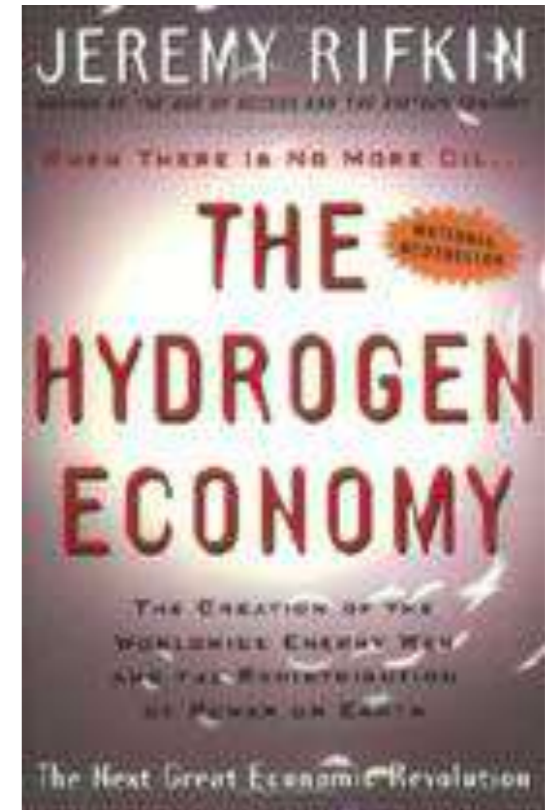
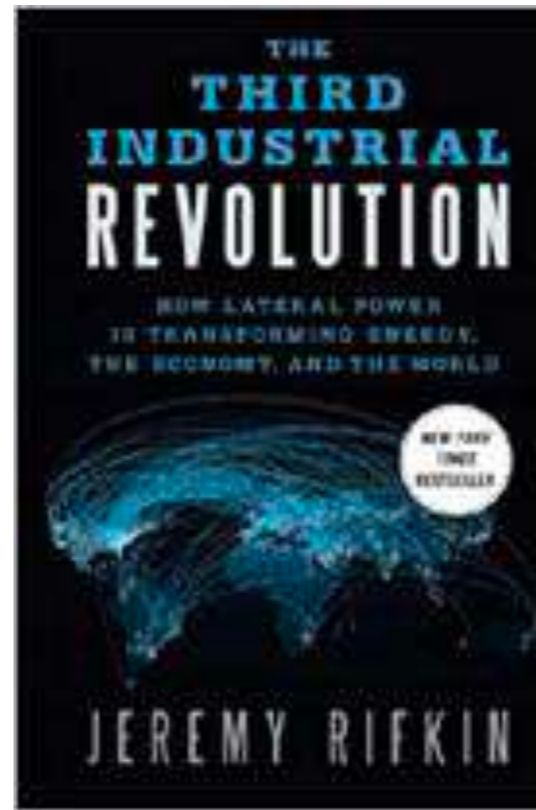
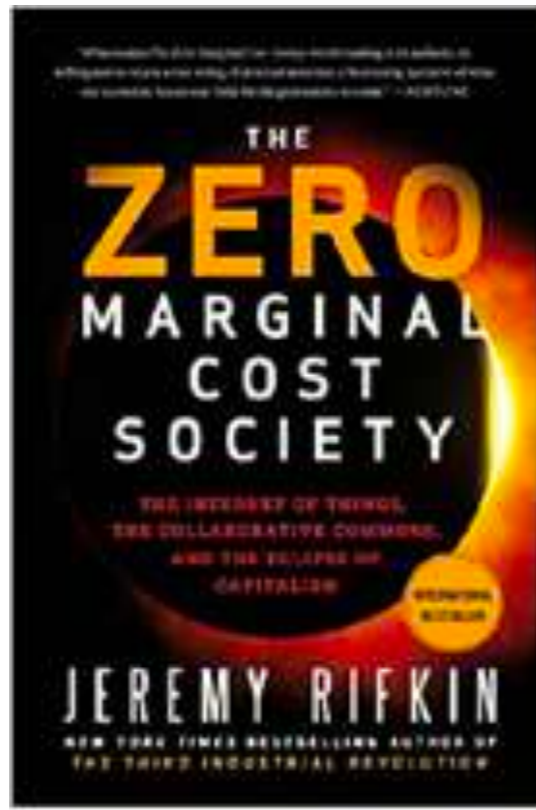
<https://toplink.weforum.org/knowledge/explore/all>

<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

-3000 écriture
1450 imprimerie/chiffre
2000 NBIC



Luc FERRY

1800 Vapeur
1900 Électricité
2000 NBIC

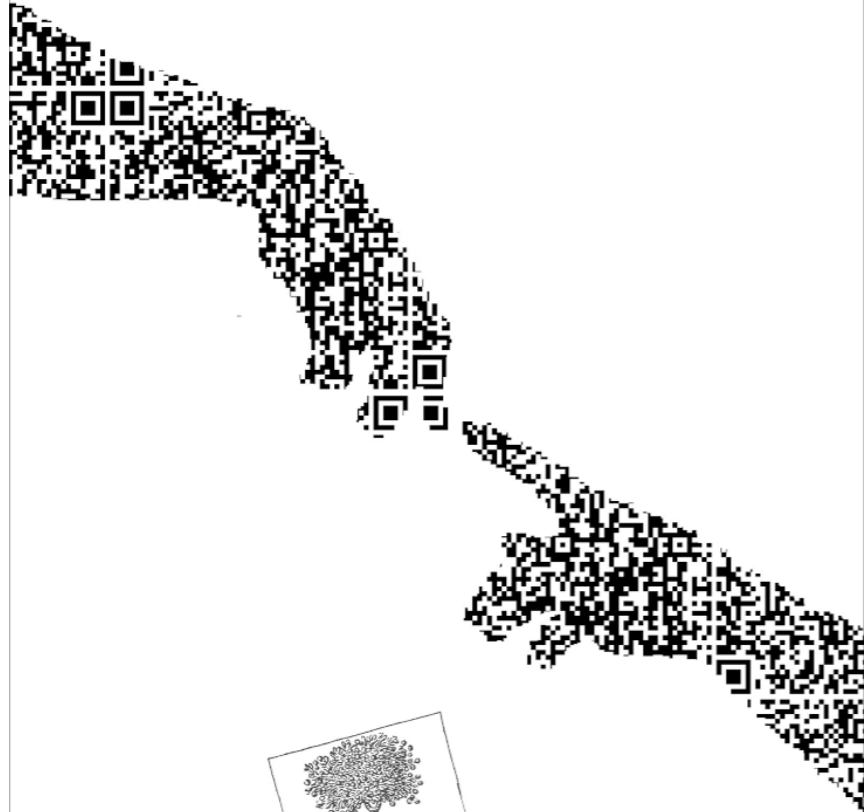


petite poucette

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

AGRI...

INDUSTRIALISATION

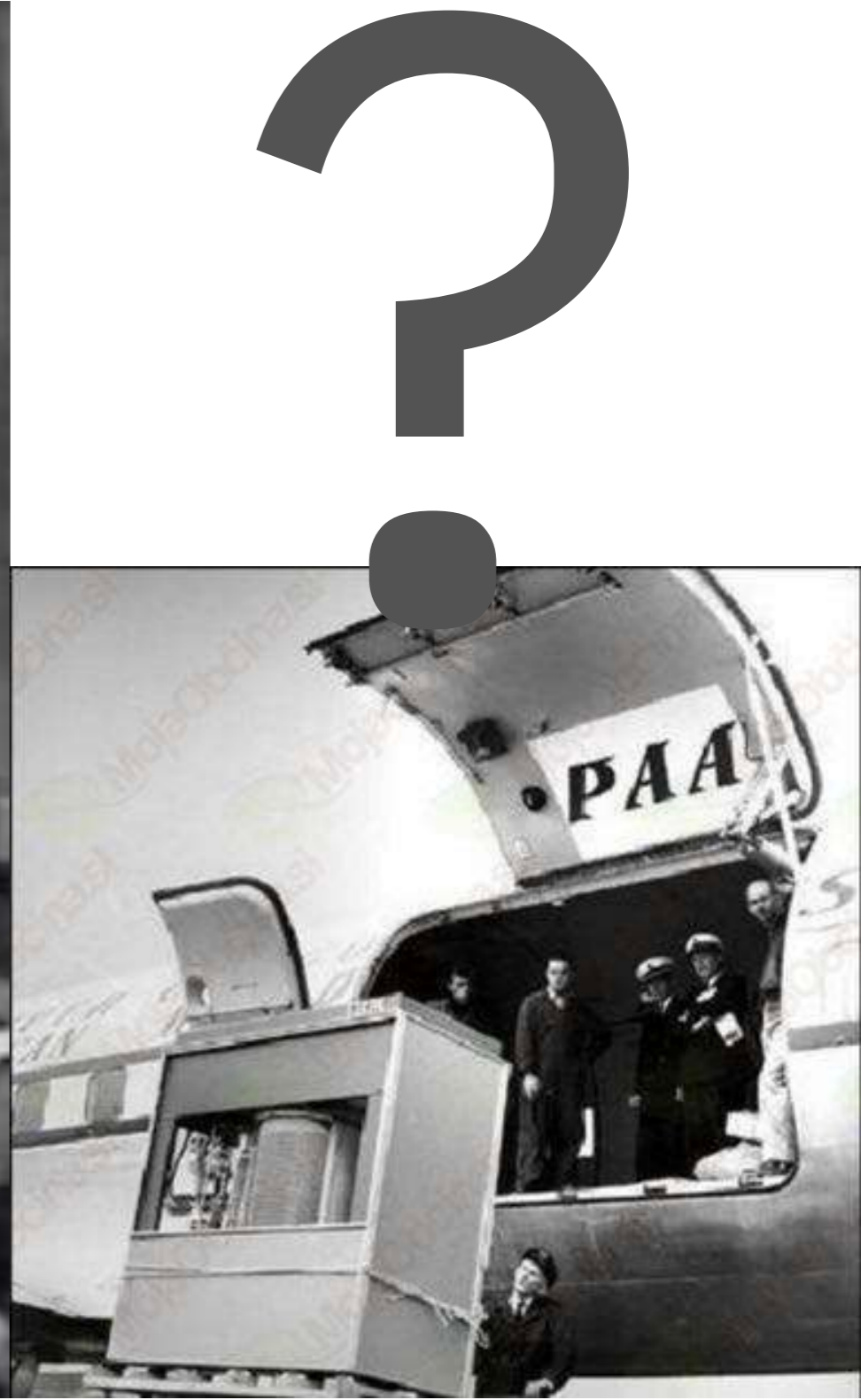
TERTIARISATION

DIGITALISATION









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

servicisation
disruption
uberisation
tycoonisation
platformisation



INNOVATION



•
innovation
versus
progrès

build 2022

Innovation vs. Progès ?

Pourquoi et comment intégrer des nouvelles technologies dans TOUTES les offres CA ?

5 exemples par personne



**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



FOUNDING MEMBER
GIANT
INNOVATION CAMPUS

**Act
Think
Impact**

EPPO4

#FOM

future of MARKETING

FOE

Future of Economic
Plateforme

FOW

Future of work
Hybride
Agilité

FOM

Future of Marketing
VOC
Liquid

FOX

Future of Experience & Marketing
Metaverse
Plateform

marketing

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

**AGIR CHAQUE
JOUR DANS VOTRE
INTÉRÊT ET CELUI
DE LA SOCIÉTÉ**



15:29



camif.fr

camif

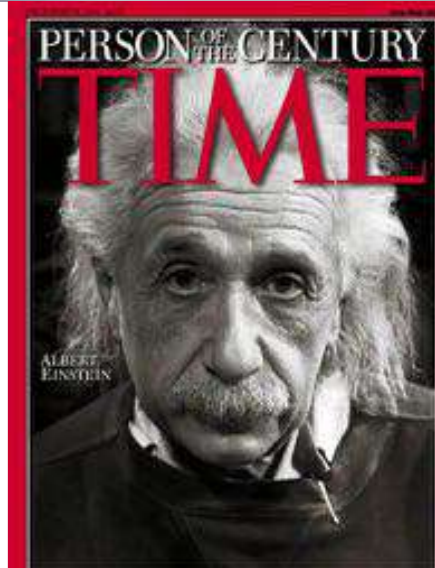
#JeMeDeconnecte PourLaPlanete

Aujourd'hui, pas de Black Friday, on déconnecte !

Pour la 3^{ème} année, Camif se déconnecte pour la planète !
Un boycott pour cause d'urgence climatique. Une façon d'être totalement aligné avec nos valeurs pour consommer moins mais mieux !

Mais, pour nous, déconnexion rime avec action. Alors, aujourd'hui, on vous propose de ne pas acheter et de faire un geste bon pour vous et la planète.

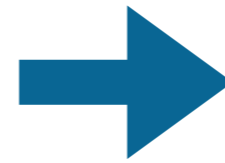
FERMER LE SITE : POURQUOI ?



Science Based Targets initiative (SBTi)



SCIENCE
BASED
TARGETS



The Net-Zero
STANDARD

DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION





AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

Lead the way to a zero-carbon economy, boost innovation and drive sustainable growth by setting ambitious, science-based emissions reduction targets

[SET A TARGET](#)

[LEARN MORE](#)

The Climate Pledge

Amazon is committed to building a sustainable business for our customers and the planet. In 2019, Amazon co-founded The Climate Pledge—a commitment to be net-zero carbon across our business by 2040, 10 years ahead of the Paris Agreement.



Net-Zero Carbon

Reaching net-zero carbon emissions across our operations by 2040

Renewable Energy

On a path to powering our operations with 100% renewable energy by 2025

Shipment Zero

Making 50% of all shipments net-zero carbon by 2030

Electric Delivery Vehicles

Deploying 100,000 custom electric delivery vehicles by 2030

Climate Pledge Fund

Investing \$2 billion to support the development of decarbonizing technologies and services

Right Now Climate Fund

Investing \$100 million in reforestation projects and climate mitigation solutions



Amazon Sustainability

Further and Faster, Together



Net-Zero Carbon by 2040



IT'S HERE!

The world's
first

NET-ZERO STANDARD

#NetZeroStandard

The Net-Zero
STANDARD



Neutral \neq ZERO

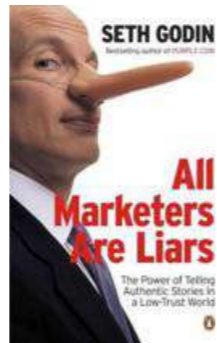
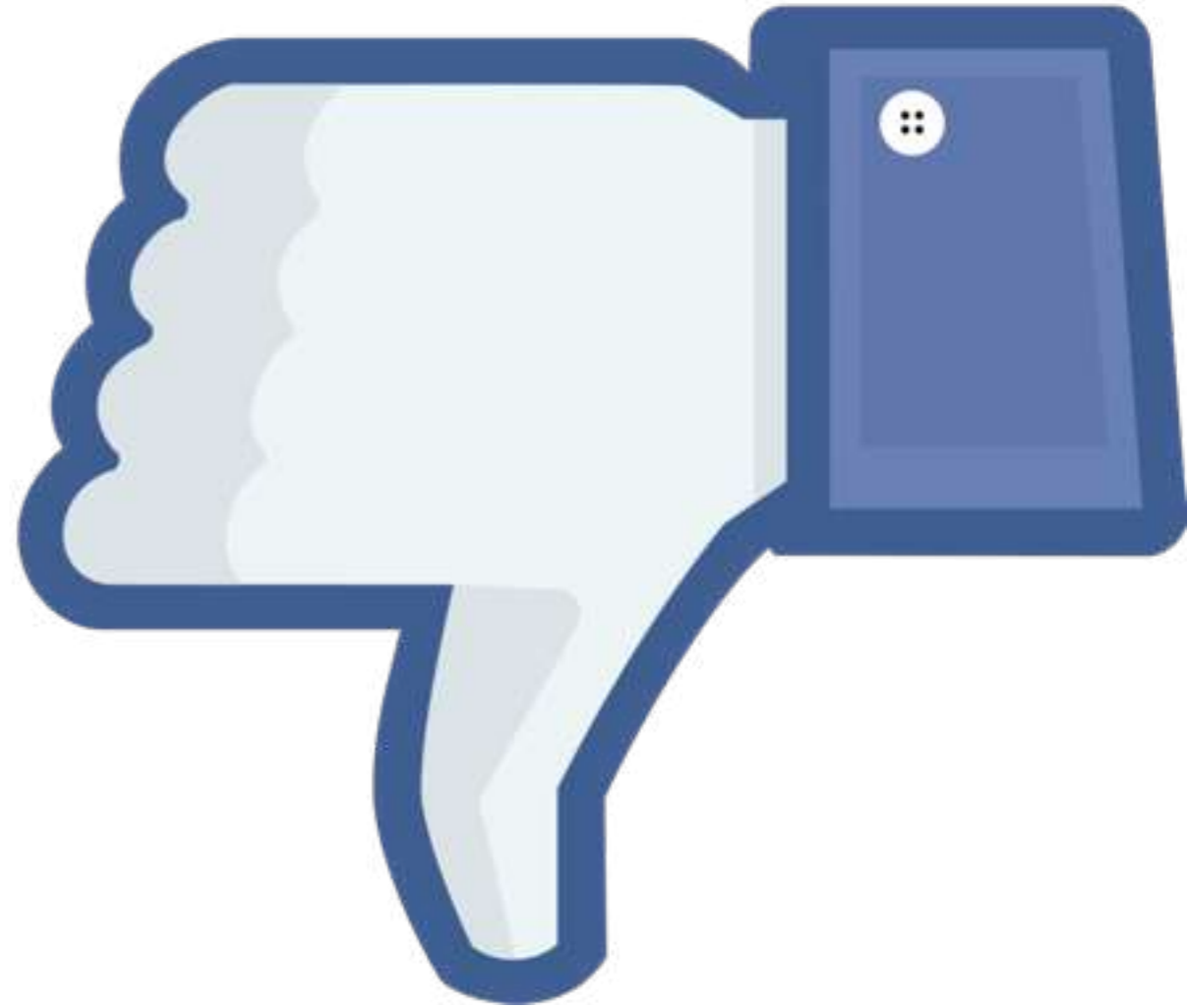
ZERO \neq ZERO CO₂ carbon

carbon neutral \rightarrow NET ZERO CARBON \rightarrow NET ZERO





Marketing sucks





The best marketing strategy ever :

« CARE »

Gary Vaynerchuk

Stop selling. Start helping

Zig Ziglar

FKLG.

bref. j'fais des webinars.



“your
happiness
is my
business”



*Aphorisme de
hubertkratiroff*

Inspiré par Gérard Pélisson & Paul Dubrule

*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

**AGIR CHAQUE JOUR
DANS L'INTÉRÊT DE
NOS CLIENTS ET
DE LA SOCIÉTÉ.**



**Si vous ne prenez pas
soin de vos clients,
un concurrent le fera**

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 »*

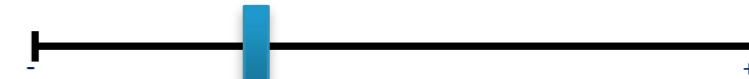
**Jean Luc 36 ans est pilote de ligne
depuis 3 ans dans une compagnie
low cost européenne**

Nom	Jean-Luc
Age	36
Vie à	Paris
Avec	Jeanne Sans enfant
Education	Supérieure (ingénieur école xyz promo 91)
CV	pilote entreprise 1 Pilote entreprise 2

Passionné d'aviation et de
modèle réduits

Passionné de races de chiens et
de voyages en Asie

Revenus



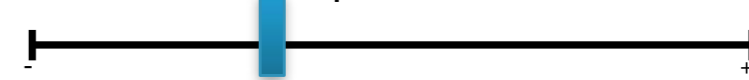
Ville



Fréquences



Niveau Technique



Usage mobile



Know How



BtoB vs. BtoC
DTC
DNVB

BtoA = BtoG

BtoR

BtoRtoC,
BtoItoC,
BtoItoBtoRtoC

CtoC, CtoB

*« la véritable
économie est la
consommation finale
des ménages, le
reste n'est que
variation de stock »*

John Maynard Keynes

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 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





Tweets 8,248 Followers 81 Following 877K Likes 149

bernard pivot
@bernardpivot1
Apprentissage, Outils de Culture, Doublage, Français, Français, Géométrie, Histoire, Intervenir, Journalisme, Kinops, Les Mots, ...
Joined November 2011

- Tweets** | Tweets & replies | Media
- bernard pivot @bernardpivot1 · 4h
Mardi 22/03/16 après l'absence d'au... dans les 100000 le verbe écrit (pinyin) et la culture (jeux de mots compliqués).
à l'heure de...
- bernard pivot @bernardpivot1 · 4h
de regret à l'heure de l'absence de... y est, l'absence, l'absence, l'absence, etc. qui s'expliquent au god et ?

bernard pivot @bernardpivot1

Le mot arrogance contient deux r, un r de mépris, un r de connerie.

07:55 - 24 mars 2016

1 024 1 204 personnes parlent à ce sujet





#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



bernard pivot
@bernardpivot1

Dans ma génération, les garçons recherchaient les petites Suédoises qui avaient la réputation d'être moins coincées que les petites Françaises. J'imagine notre étonnement, notre trouille, si nous avions approché une Greta Thunberg...

7:38 AM · 25 sept. 2019 · Twitter for iPad

416 retweets · 1.8 k J'aime

Jean-Luc



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)

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 !

TECHNOLOGIE & MÉDIAS | 9



#GenX



~~MOBILE
FIRST~~

ONLY



france•2



1 • 2 • 3 • 4 • 5 • Ô

france•2 france•3 france•4 france•5 france•Ô



hulu



NETFLIX

vimeo



Podcasts

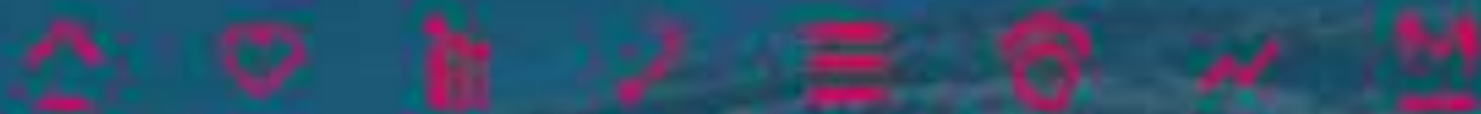




LS

Living Services

THE ERA OF LIVING SERVICES



**THE DIGITISATION
OF EVERYTHING**

+

LIQUID EXPECTATIONS

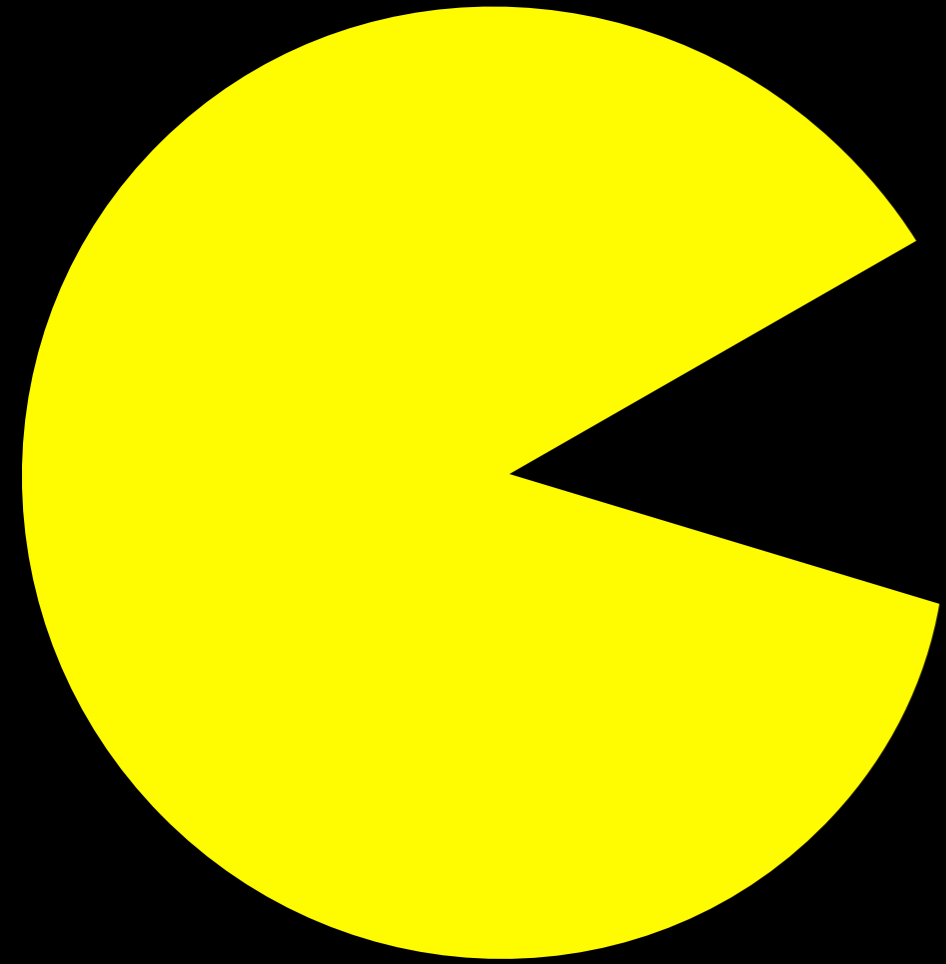


WE LIVE IN A CULTURE OF LIQUID EXPECTATIONS,

WHERE EACH NEW AND AMAZING EXPERIENCE
BECOMES THE STANDARD TO WHICH ALL
OTHERS ARE COMPARED

IF I CAN BUY SEAMLESSLY WHEN I TAKE AN
Uber, WHY ISN'T IT THE SAME WHEN I
PURCHASE MY GROCERIES?





GAMIFICATION

EN 1848 2011

COURS GAUTHIER-DES-CHAMPS

HISTOIRE DE FRANCE



POKÉMON



VINCENT COQUAZ
ISMAËL HALISSAT

LA NOUVELLE GUERRE DES ÉTOILES



**ENQUÊTE :
NOUS SOMMES
TOUS NOTÉS**

KERO

Satisfaction clients

Au Crédit Agricole Sud Rhône Alpes,
votre avis compte !

NPS

Net Promoter

Score





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






NPS : NET PROMOTER SCORE



How satisfied were you with your experience today?

Worst 1 2 3 4 5 6 7 Best

How satisfied are you with our services?

 <input type="radio"/> Very Unsatisfied	 <input type="radio"/> Unsatisfied	 <input type="radio"/> Neutral	 <input type="radio"/> Satisfied	 <input type="radio"/> Very Satisfied
---	--	--	--	---

CSAT CUSTOMER SATISFACTION

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



**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



FOUNDING MEMBER

GIANT
INNOVATION CAMPUS

**Act
Think
Impact**

EP05

#FOX

future of Experience

FOE

Future of Economic
Plateforme

FOW

Future of work
Hybride
Agilité

FOM

Future of Marketing
VOC
Liquid

FOX

Future of Experience & Marketing
Metaverse
Plateform

EX

DISRUPTION
MARKETING
VUCA

INBOUND MARKETING
PERVASION

UX

PERSONA

HYBRID

ENGAGEMENT

CX

PLATFORM

BLOCKCHAIN
NBIC

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 ?

LIQUID
EXPECTATION

VOC

GAMIFICATION

SBTI

FOM

FOW

CONTENT STRATEGY

CRYPTOCURRENCY

DNVB

L'environnement et
la concurrence

Le futur du travail : hybride

L'utilisation éclairée des
technologies

Les attentes utilisateurs

Enjeu de l'UX
(expérience utilisateur)

GAFAMS

FOX

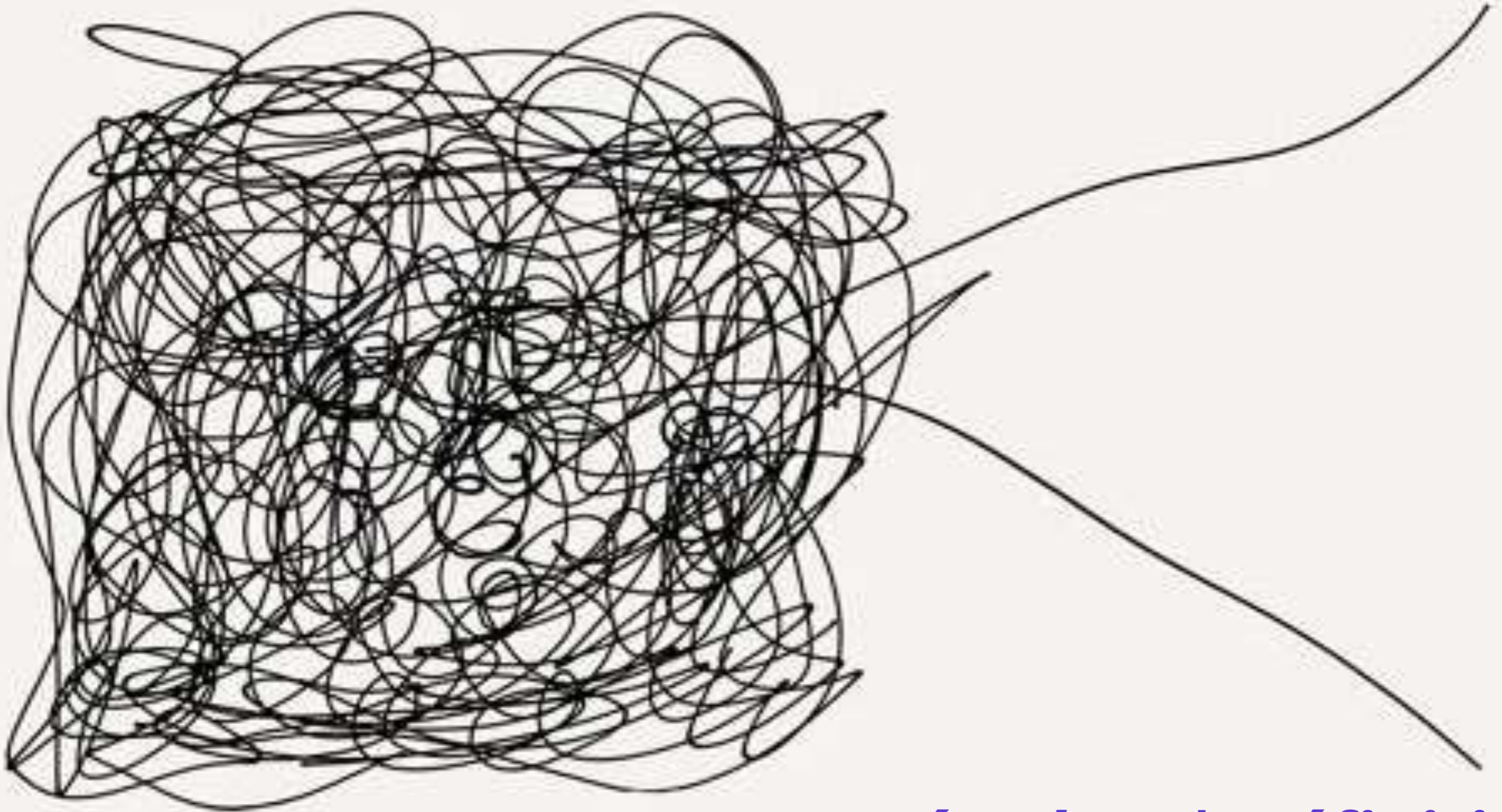
METAVERS

UX or CX

The background of the image features three tall, fluted classical columns, likely from an ancient Greek or Roman temple, set against a clear, bright blue sky. The columns are arranged in a receding line from left to right, creating a sense of depth. The lighting is bright, highlighting the texture of the stone.

3 PILIERS DU DIGITAL



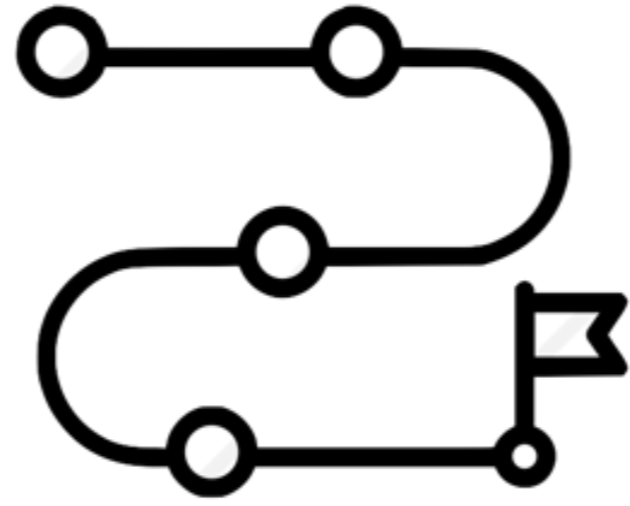


Décodage | Définitions

1



2



3





customer obsession

user centric

besoin utilisateur

pain point / problème

collaborateur

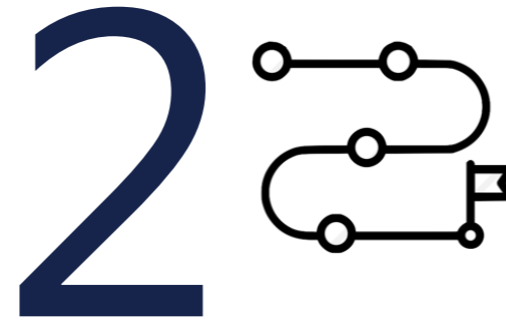
manager / équipe

cible / segment

GEN BXYZ α

proposition de valeur

cas d'usage



parcours

journey

point de contact

touchpoint

publicité / SAV

téléphone

conversation



expérience

sans couture

sans défaut

sans friction

différentiation

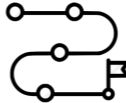
offre

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

UX

CX

EX



UE

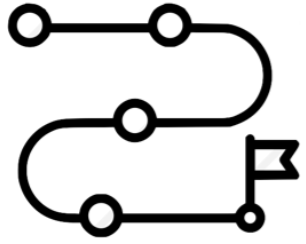
User
Engagement
=
SALES

1



Un utilisateur a des attentes (client b2b, b2c, interne, business partner, stakeholder, shareholder)

2

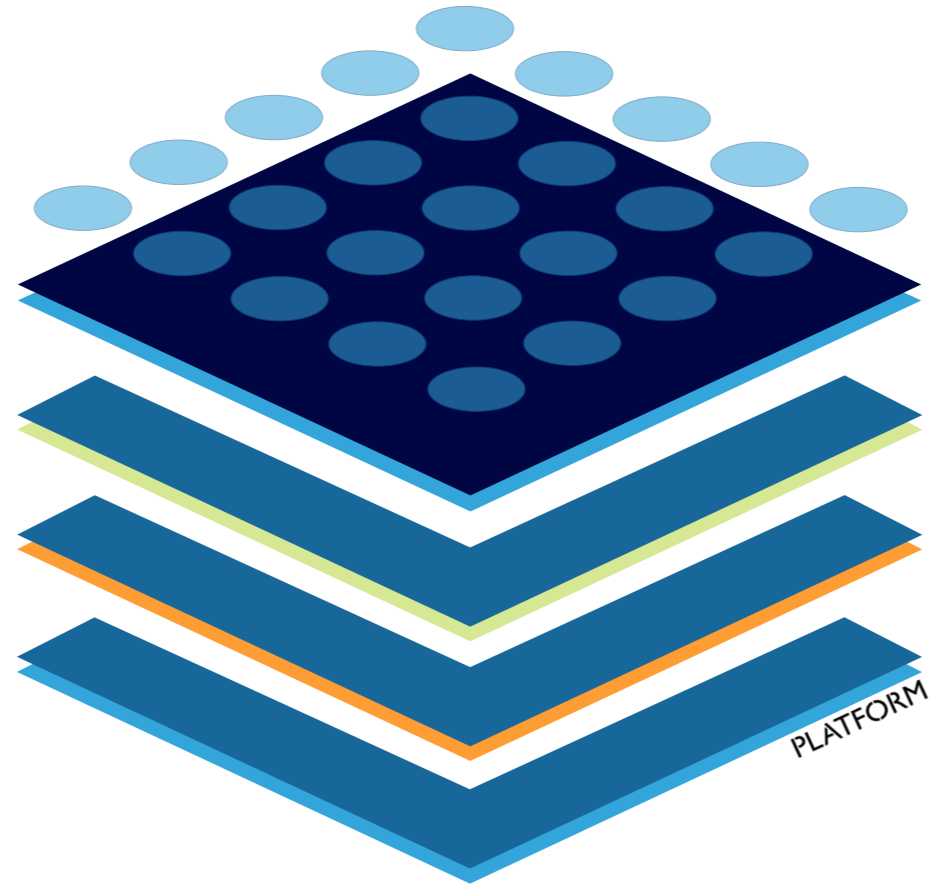


lorsqu'il rencontre la marque (points de contact, touchpoints)

3



dans un parcours enchanté (pas de friction, pas de couture, pas de défaut, fluide, simple, frictionless, seamless, flawless)



PLATEFORME
économie biface





WeChat



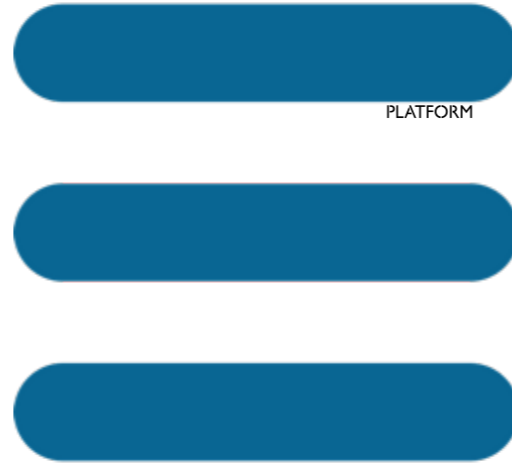
Hubert Kratiroff 

France



Scan the QR code to add me on WeChat

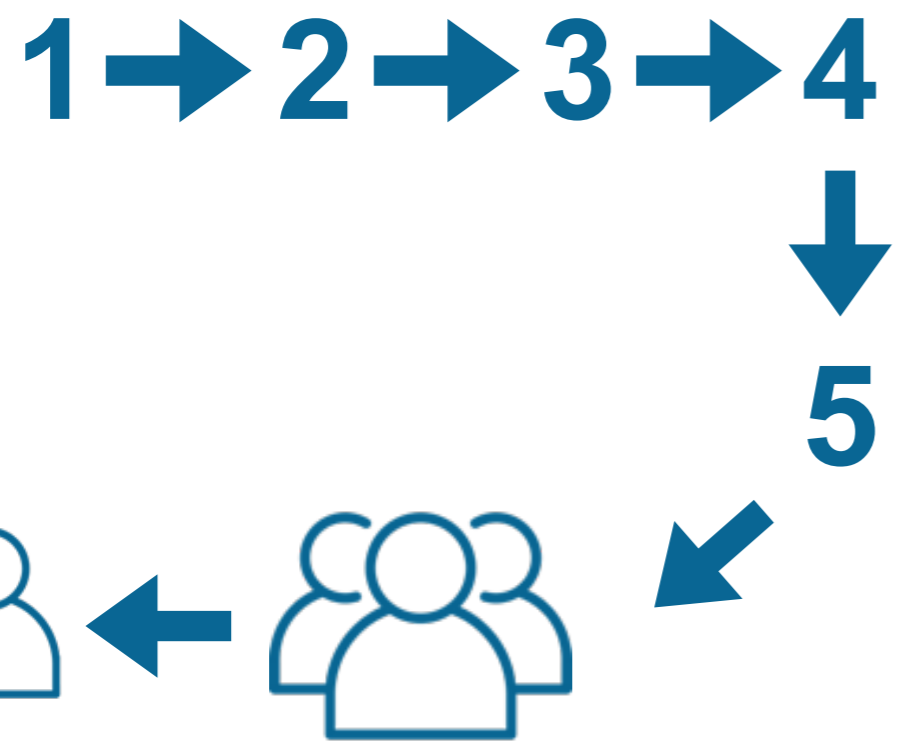




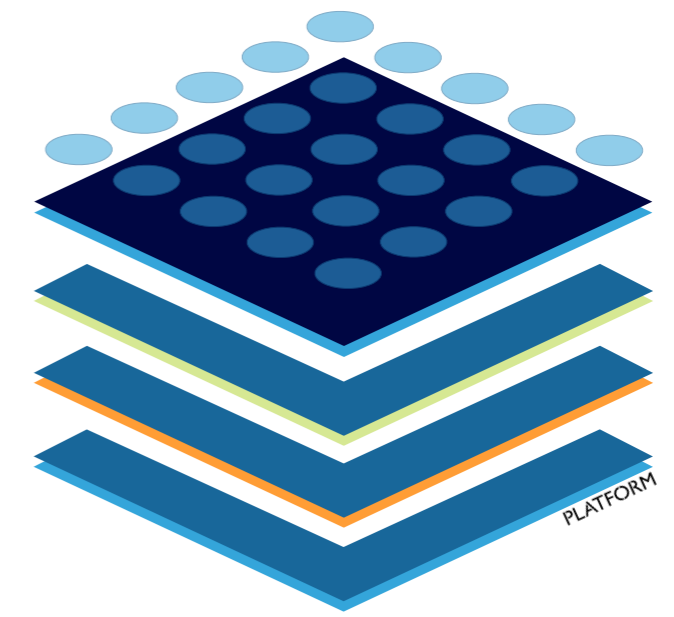
PLATEFORME économie biface



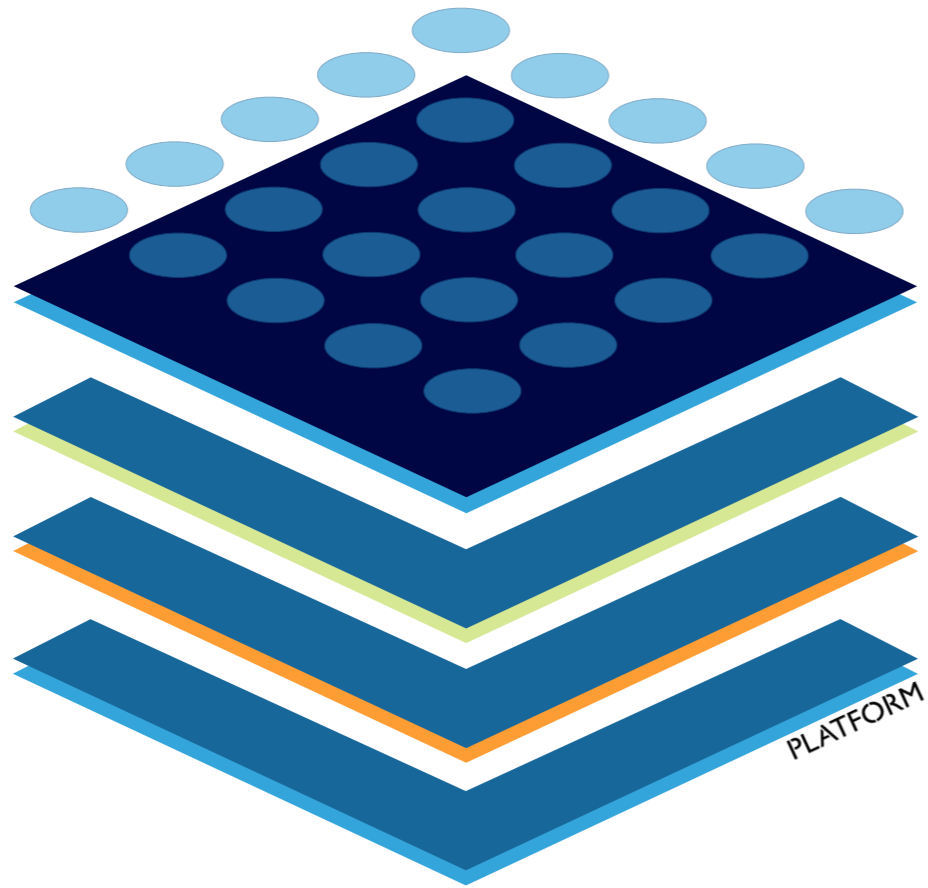
économie classique intermédiaires



économie plateforme couches



Plateforme multi-couches



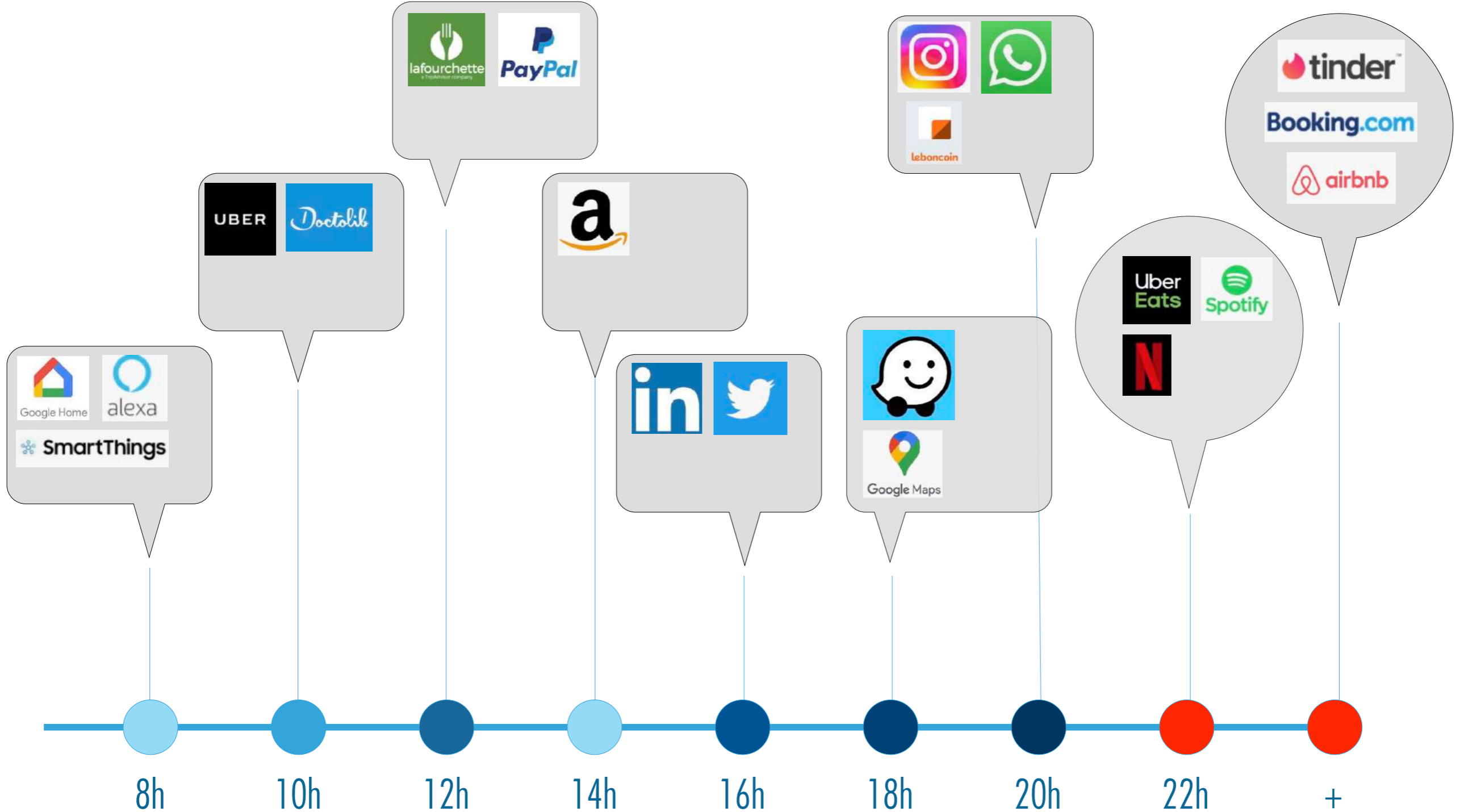
1/ écosystème

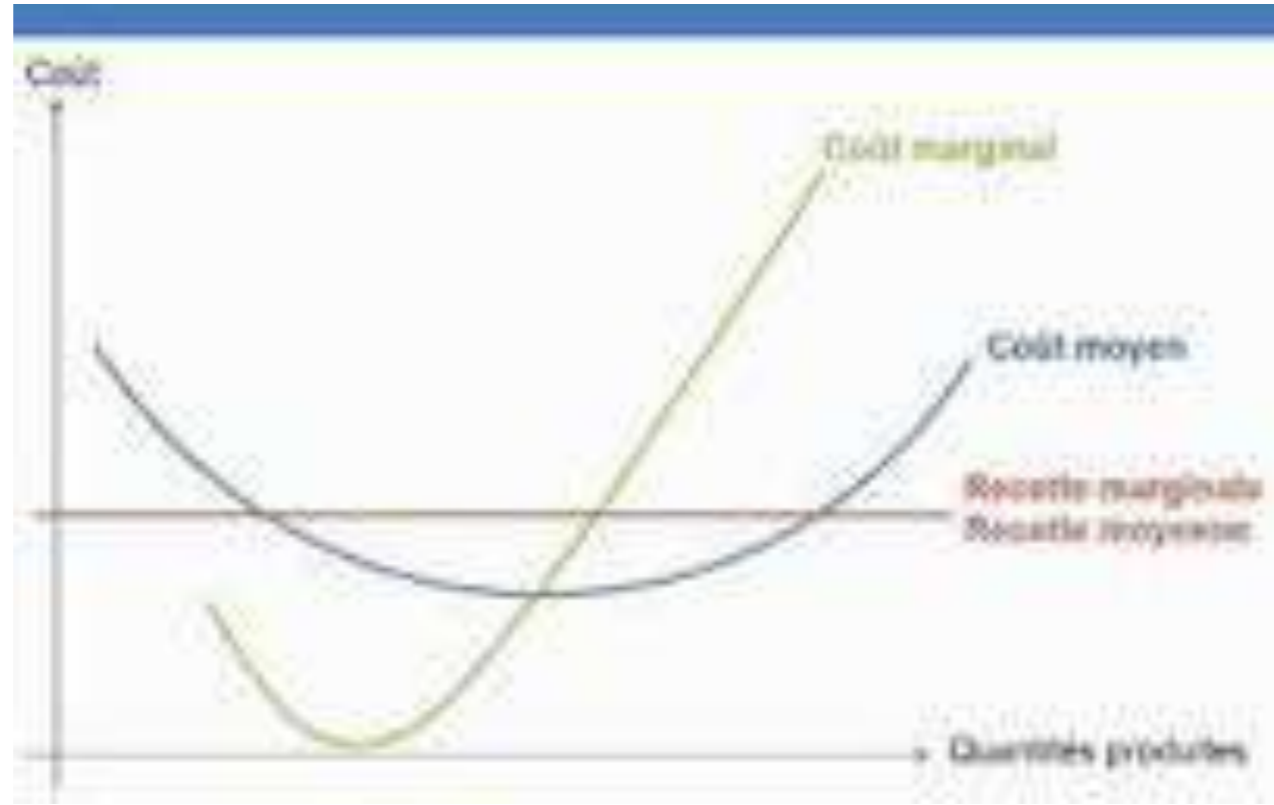
2/ données

3/ réseau / commercial / transactions

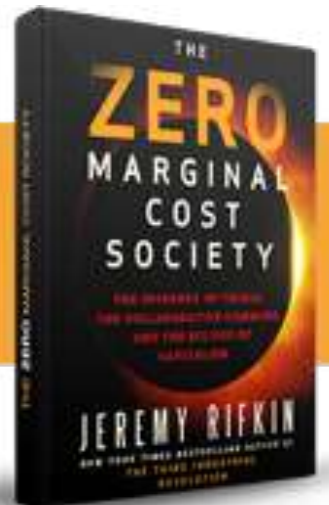
4/ infrastructure logicielle / virtuelle

5/ actifs réels et tangibles





BEST SELLING AUTHOR
JEREMY RIFKIN





ScaleUp
Passage à
l'échelle



directed by
LANA WACHOWSKI

SUBTLE

hubertkratiroff

06 80 43 29 05

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



**Act
Think
Impact**



CHIFFRES CLÉS

SAMSUNG

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

8 000
étudiants

5600 en formation
"dans la salle de classe"

2400 "hors les murs" (alternance,
stages, césures, échanges...)

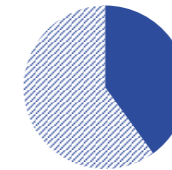
200 sportifs
de haut niveau

INTERNATIONAL SUNUNG



3 300

étudiants internationaux
159 nationalités dans
l'école



41% des
effectifs

125

partenaires internationaux
dans le monde entier

20

**accords de
double diplôme**
avec des institutions
internationales





**GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT**

BUSINESS LAB FOR SOCIETY

une école



12 rue Pierre Sémard
38000 Grenoble – France
+33 4 76 70 60 60
info@grenoble-em.com

grenoble-em.com



FOUNDING MEMBER
GIANT
INNOVATION CAMPUS

**Act
Think
Impact**