

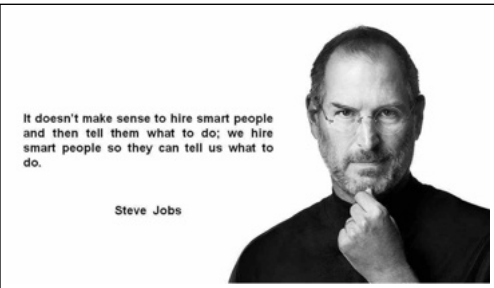
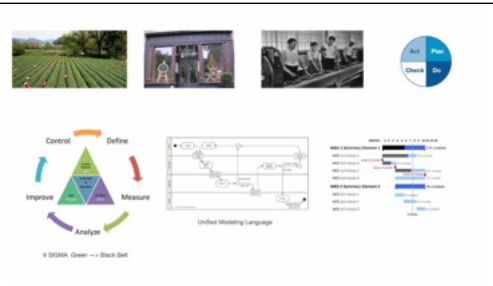
The old way
is getting
old.

Point
commun
startups ?

Management inspiré par l'agriculture,
l'artisanat, l'industrialisation,
l'informatique, puis le numérique.

Maître, guild, compagnon, fordisme,
taylorisme, toyotisme, 6 sigma,
méthode, process, planification...

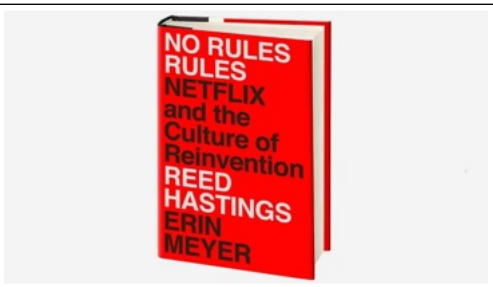
AGILITÉ SCRUM STARTUPS

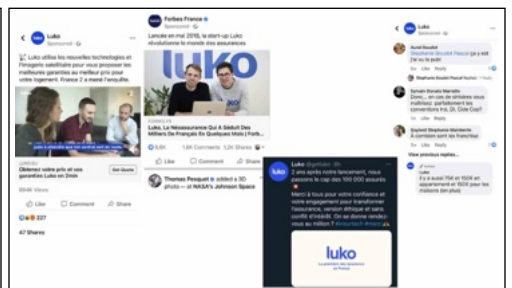
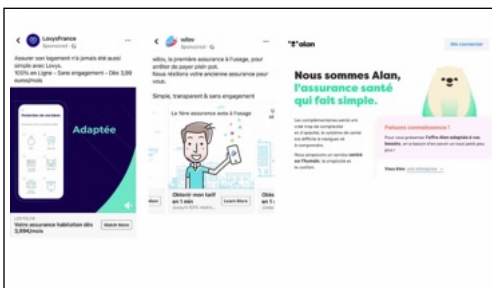
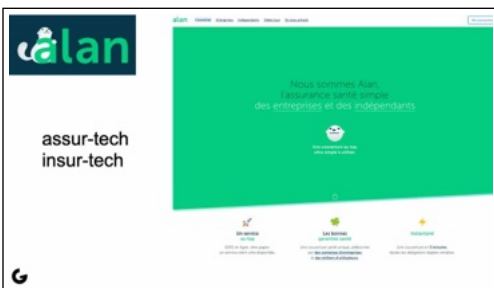
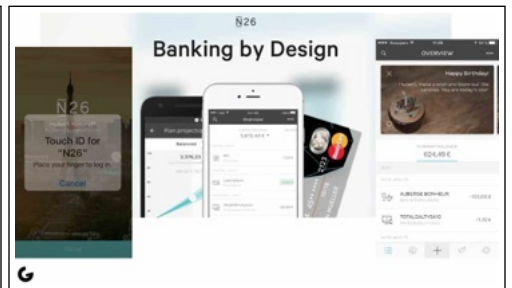
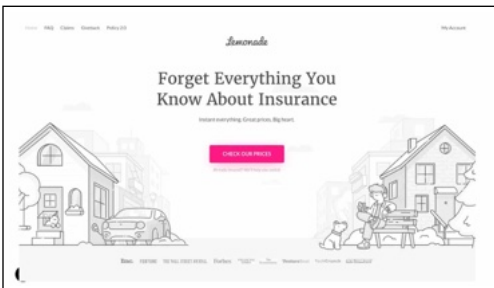
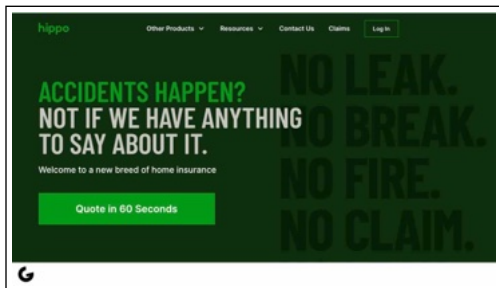
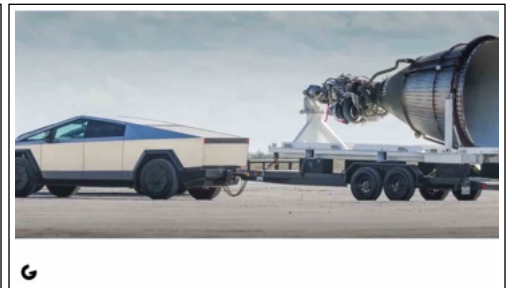
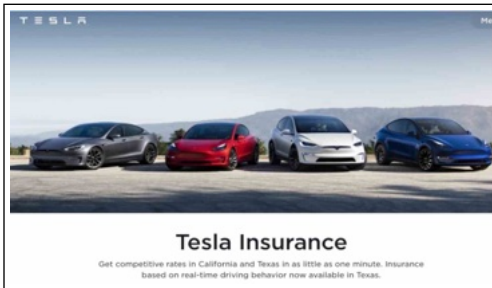
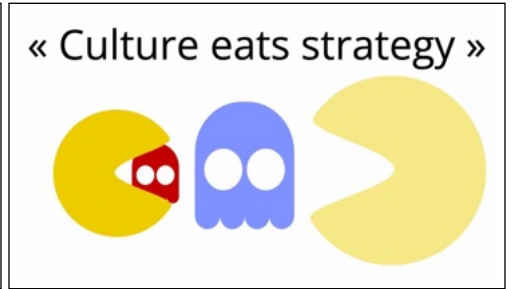
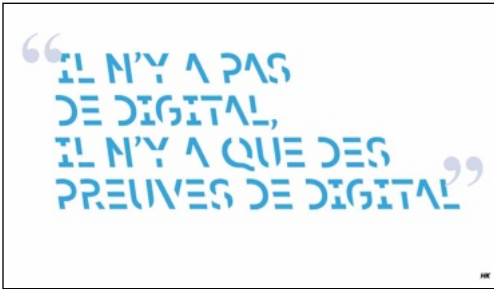
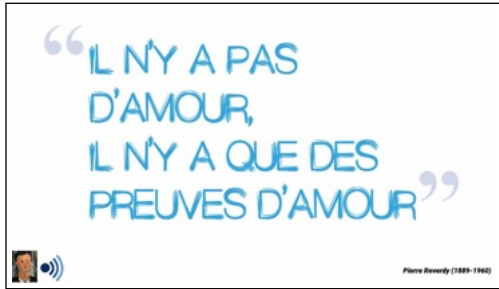


Steve Jobs Quote:

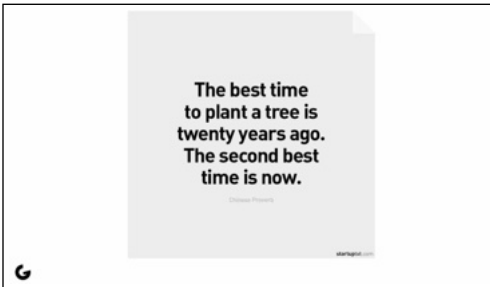
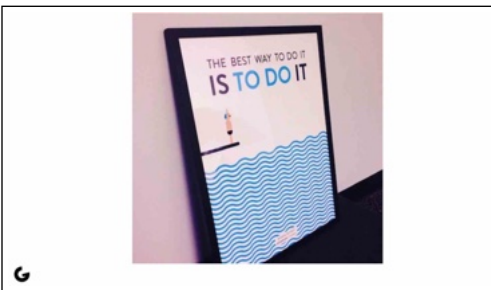
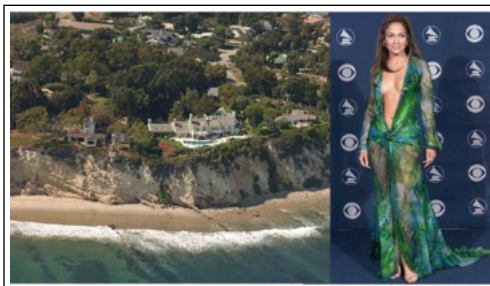
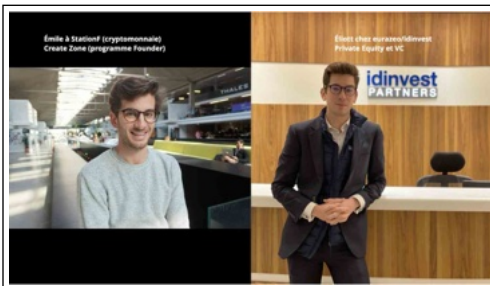
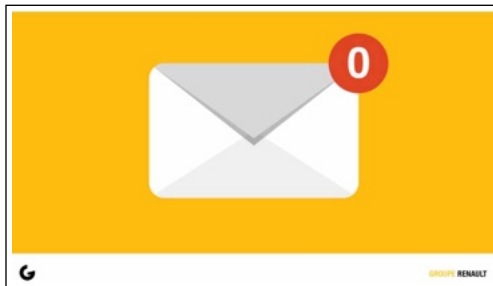
« It doesn't make sense to hire smart people and tell them what to do;
we hire smart people so they can tell us what to do »

« Ça n'a pas de sens d'embaucher des gens intelligents pour leur dire quoi faire.
Nous embauchons des gens intelligents afin qu'ils nous disent ce qu'il faut faire »









On ne dit plus...			... mais on dit !		
A	ToDo List	1		NativeAd	...
B	SWOT	2		WIP	TBC
C	Deadline	3		Pitch	...
D	Qualité de service	4		DMP	TLDR
E	Maquette	5		Contact	...
F	SB (bon produit, bon prix)	6		VC (Venture Capitalist)	Elon Musk : ASS
G	Diapositive / Slide	7		Collapsologie	...
H	Présentation	8		DNVB	Cargo Culte
I	Scénario /	9		VUCA	...
J	En cours	10		UX	...
K	Investisseur	11		Buyer Persona	...
L	BtoC	12		Backlog	...
M	Publireportage	13		Stalker	...
N	Lead	14		Sprint	...
O	Scénario Catastrophe	15		Pitch Deck	...
P	Segment cible	16		MMM	...
Q	CRM	17		Storytelling	...
R	4P	18		Programmatic	...
S	Email	19		MVP - POC	...

Slasher	NativeAd	...
Chief Happiness Officer	WIP	TBC
Stalker / hater	Pitch	...
Physgal	DMP	TLDR
Fly Shame	Contact	...
Digital Shame	VC (Venture Capitalist)	Elon Musk : ASS
DTC	Collapsologie	...
ScaleUP	DNVB	Cargo Culte
Scrum	VUCA	...
Daily stand up	UX	...
InsurTech (AssurTech)	Buyer Persona	...
Lean	Backlog	...
InboxZero	Stalker	...
RGPD	Sprint	...
NPS	Pitch Deck	...
Blockchain	MMM	...
QRCode	Storytelling	...
GIG	Programmatic	...
GAFAM	MVP - POC	...

bernard pivot
@bernardpivot1

Un mot nouveau, utile: illectronisme. Il désigne un état d'incapacité ou de refus d'entrer dans la connaissance de l'informatique.

IAtrophie :
incapacité à discerner le vrai du faux
mauvaise compréhension de l'utilité de l'IA
peur de la puissance de l'IA

1. nom d'équipe
2. spécialités
3. storytelling
4. mémorable

SPRINT
PERSONA
OU
OFFRE

BOOTSTRAP
DO MORE WITH LESS

PERSONA

Sumam
Age
Vie à
Vie avec
Enfant
JOS
Education
CV
Passionné par

Problème / Besoin / Solution / Frustration / Insatisfaction / Pain point

Jean-Luc

Sumam
Age
Vie à
Vie avec
Enfant
JOS
Education
CV
Passionné par

Problème / Besoin / Solution / Frustration / Insatisfaction / Pain point

Jean-Luc

Sumam
Age
Vie à
Vie avec
Enfant
JOS
Education
CV
Passionné par

Problème / Besoin / Solution / Frustration / Insatisfaction / Pain point

222

Sumam
Age
Vie à
Vie avec
Enfant
JOS
Education
CV
Passionné par

Problème / Besoin / Solution / Frustration / Insatisfaction / Pain point

FATOU

27 ans, 2 enfants, chef de famille

PAIRS
Avec d'autres femmes...
Avec d'autres hommes...
Avec d'autres enfants...

GAINS
Avec d'autres femmes...
Avec d'autres hommes...
Avec d'autres enfants...

Takako Kimura

28 ans, professeur d'Histoire à Kyoto

Apprendre toujours plus et partager ses connaissances

Buts clés
Personnalité

BARETTE

25 ans, étudiante en médecine

SAVIER

30 ans, ingénieur en informatique

YANNICK

35 ans, directeur de marketing

ZOÉ

40 ans, directrice de communication

PERSONA

Sumam
Age
Vie à
Vie avec
Enfant
JOS
Education
CV
Passionné par

Problème / Besoin / Solution / Frustration / Insatisfaction / Pain point

PERSONA

Sumam
Age
Vie à
Vie avec
Enfant
JOS
Education
CV
Passionné par

Problème / Besoin / Solution / Frustration / Insatisfaction / Pain point

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

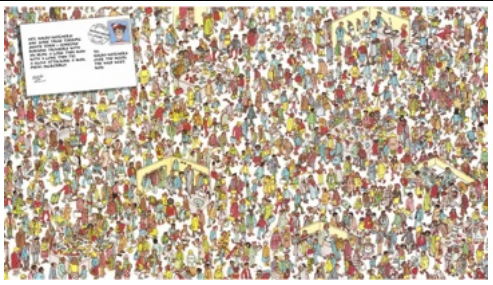
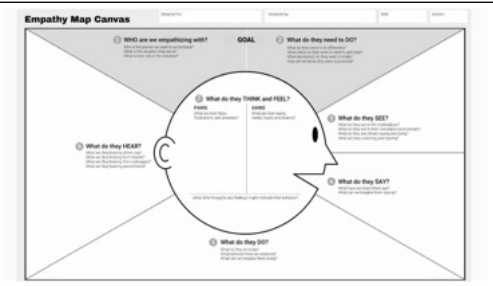
Persona
Carte empathie
Problèmes réels
Value proposition
Offre
(solution qui résout le problème)
Distribution

MAKING PEOPLE WANT THINGS
MAKING THINGS PEOPLE WANT

TIM BROWN

DESIGN THINKING

Millennials
 Lost ... Greatest ... Silent ...
 BabyBoomer (1946 - 1964 et 6 ans)
 GenX (1965 1983 et 18 ans)
 GenY = Millennials (1979 1999 et 20 ans)
 GenZ = Digital Natives = GEN C (1994 2007 et 4 ans)
 alphaGEN ? = 2008 - 2020 ?
 SingularityGeneration ?? 2018 - 2030

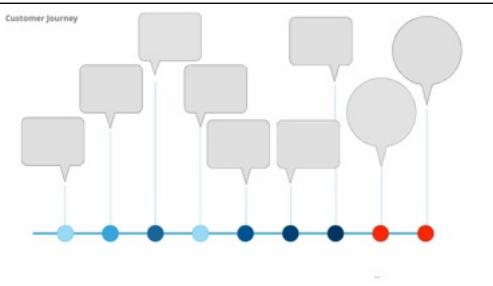
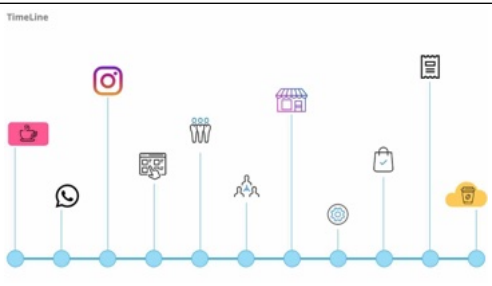
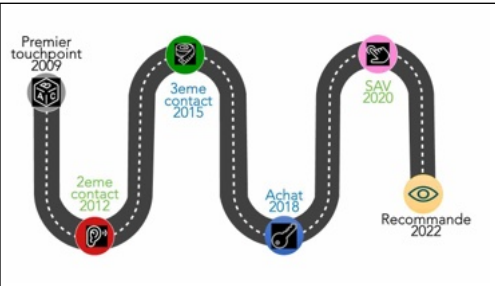



(person knows to the group?)

SPRINT
PARCOURS
CLIENT /
UTILISATEUR

Exemple de user stories

MUST	SHOULD	COULD
En tant que... Je veux... Pour...	En tant que... Je veux... Pour...	En tant que... Je veux... Pour...
En tant que... En tant que... En tant que... En tant que... En tant que... Je veux... Pour...	En tant que... En tant que... En tant que... En tant que... En tant que... Je veux... Pour...	En tant que... En tant que... En tant que... En tant que... En tant que... Je veux... Pour...



Storyboard

Storyboard 1	Storyboard 2	Storyboard 3
Storyboard 4	Storyboard 5	Storyboard 6
Storyboard 7	Storyboard 8	Storyboard 9

Détail du parcours client

Nombre du touchpoint	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Type de canal									
Point de contact / Channel									
Interaction client									
Interaction digital									
Actu / perception du client									

Détail du parcours client

Nombre du touchpoint	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Type de canal									
Point de contact / Channel									
Interaction client									
Interaction digital									
Actu / perception du client									

Storyboard

Nombre du touchpoint / Point de contact	1	2	3	4	5	6	7
Channel / Canal							
Interaction du client							
Interaction de la marque							
Actu du client perçu par le client							
Décalage avec le développement réel							

Customer Journey Map

Touchpoint	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Touchpoint 1									
Touchpoint 2									
Touchpoint 3									
Touchpoint 4									
Touchpoint 5									
Touchpoint 6									
Touchpoint 7									
Touchpoint 8									
Touchpoint 9									

Détail du parcours client

Nombre du touchpoint	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Type de canal									
Point de contact / Channel									
Interaction client									
Interaction digital									
Actu / perception du client									



SPRINT

POC

MVP

VOTRE PROJET

MVP

minimum viable product

première version visible d'un produit utile pour les tests et choix des fonctionnalités à ajouter / enlever utile pour pivoter

1/ POC 2/MVP

Cycle ou sprint ou itération mensuel

=

CD : continuous delivery

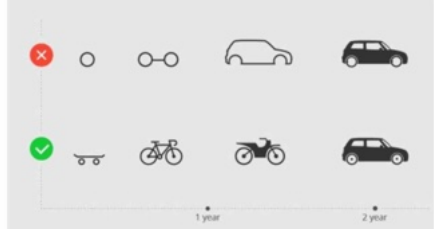
CI : continuous integration

DevOps

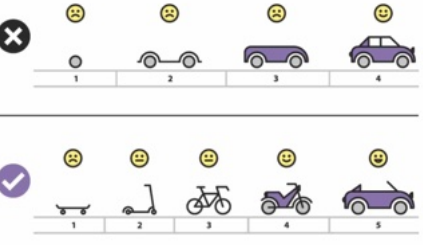
=

la solution ou MVP avance réellement

MVP



1 year 2 year



1 2 3 4 5



1 2 3 4 5

SPRINT

QUESTION ENQUÊTE NPS



SPRINT

DISTRIBUTION



DISTRIBUTION



CONTENT

\\
FOMO vs. JOMO

brand content VS. content marketing

Naming

Logo

PunchLine
TagLine
SLOGAN

SPRINT
Brand Content
Contenu de marque

WebSite

InfoGraphie

App

ChatBot
AI

SAMSUNG

Attribution Contribution Sans Cookie

- last clic
- toutes les actions
- jardin clos login Walled Garden

SAMSUNG

Attribution

100% de l'efficacité est attribué à une action :

- pub
- recherche
- first clic
- last clic
- ...

SAMSUNG

Contribution

Calcul du taux de contribution de chaque action :

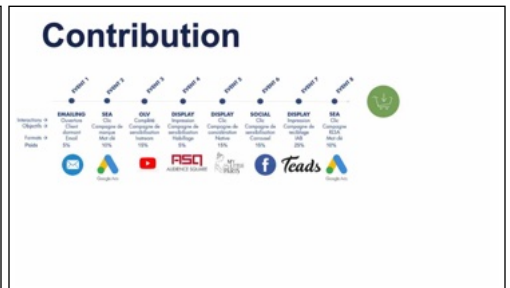
- 5% pub RS
- 10% sea
- 15% seo
- 20% avis
- 15% blog / content
- 15% fiche produit
- 20% eboutique Samsung

SAMSUNG

Sans Cookie Cookieless

Guerre : FPD et login

- First party data
- Walled Garden
- Plateforme
- 2FA (2 factor auth)
- Ouverture de compte



SAMSUNG



slido

