



INSPIRING IDEAS AND TALENT  
TECHNOLOGY & INNOVATION

# INNOVATION & DIGITALISATION DES SERVICES

PAR HUBERT KRATIOFF  
5 OCT 2022



**GRENOBLE  
ECOLE DE  
MANAGEMENT**

TECHNOLOGY & INNOVATION

une école

 CCI GRENOBLE



ACT THINK **IMPACT**



Isabelle  
Sylvie  
CHRISTINE  
CLAIRE  
Stéphanie  
Nathalie  
AGNÈS  
JEANNE

Hello

DAVID  
LAURENT  
PHILIPPE



2017





Logements pour les particuliers  
et immobilier pour les entreprises



OFFICE PUBLIC DE L'HABITAT DU DÉPARTEMENT DE L'ARDÈCHE



Office Public de l'Habitat de la  
Communauté d'agglomération  
du bassin de Bourg-en-Bresse



# technology evangelist

**full stack** marketer

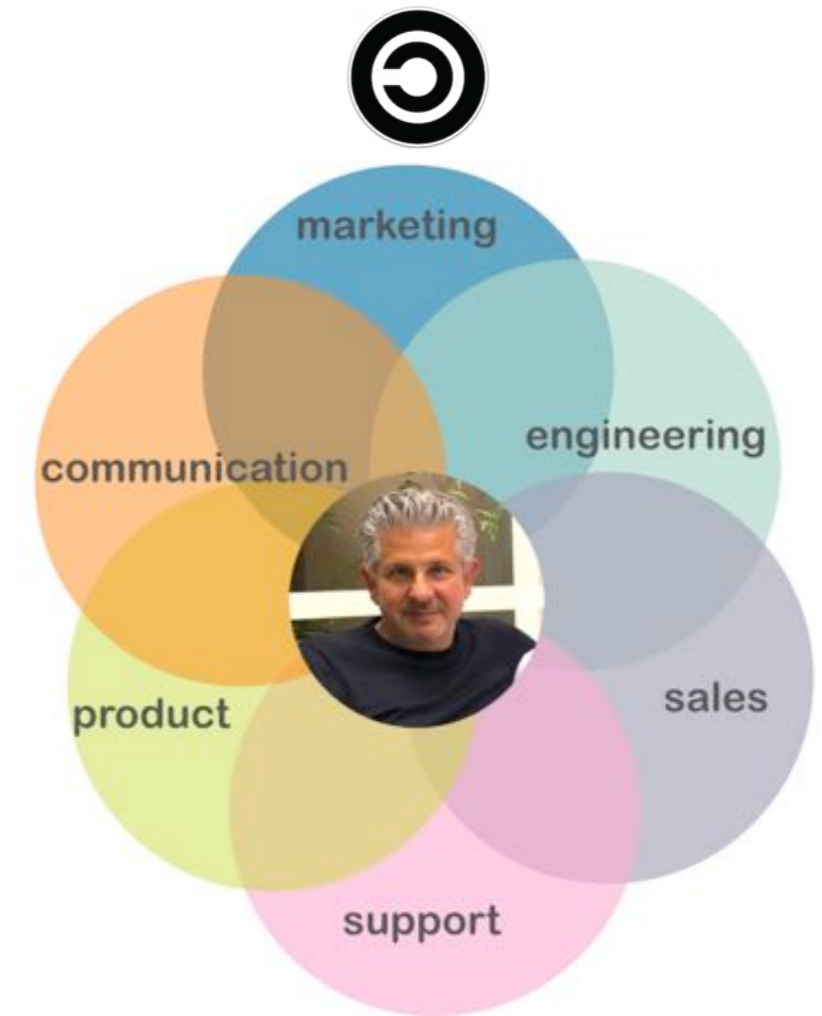
**CDDO**: chief digital/data officer

**DPO**: Data Protection Officer

expert **learn marketing, CMI, marcom**

everyday writing, coding & programming

entrepreneur / consultant



hubert@kratiroff.com



@kratiroff



linkedin.com/in/kratiroff

06 80 43 29 05







your  
happiness  
is my  
business

*Aphorisme de Hubert Kratiroff  
inspiré par Paul Dubrule / Gérard Pélisson*

CX

EX



U

X



  
**HERMÈS**  
VANILLE GALANTE



Google   

Volume: 51mo | CPC: \$0.00 | Competition: 0.1%

[All](#) [Videos](#) [Images](#) [Maps](#) [Shopping](#) [More](#) [Settings](#) [Tools](#)

About 4,460,000 results (0.66 seconds)

### Chateau

Angus & Julia Stone

I don't mind if you wanna go anywhere  
I'll take you there  
We can go if you wanna go anywhere  
I'll take you there

We can go to the Chateau Marmont  
And dance in the hotel room  
We can run with the headlights on  
Till we got nothing to lose

We have, lifting from the ground  
We go, never coming down

I don't mind if you wanna go anywhere  
I'll take you there

Every day the weekend, I'm tryna be your best friend



**experience  
phygitale  
N°1**



lesnouveauxmarketing  
.com/op





**Hubert Kratiroff**

CDO at C4C, MyConnecting





WeChat



Hubert Kratiroff 

France



Scan the QR code to add me on WeChat



lesnouveauxmarketing  
.com/op





## Les acronymes du marketing moderne



Toute spécialité a son jargon, on attendait un vrai lexique, voici 250 acronymes – pas tous pertinents – du marketing digital... qui est le marketing de tous les jours ! Et même si vous pensez, comme Elon\* que ASS (acronyme seriously suck), sachez que TAWYD (Totally Agree With You Guys), mais c'est le langage des entreprises ! Bonne lecture (au moins utile) !

\* mal de Elon Musk à ses équipes en 2010 (Tesla, SpaceX, SolarCity, Bing et... previously PayPal co-founder)

AAA: Average active sessions	BOFU: Bottom Of Funnel (cf. ToFu)	CPA: collective performance et acquisition
AAD: Android Advertising Identity	BPM: Business Process Management	<b>CPA</b> : Cost per action (or acquisition)
AARRR: Acquisition, Activation, Retention, Referral, Revenue	BR: bounce rate (visite initiée à une seule page ou non réception d'un email)	<b>CPC</b> : Cost per click: amount of money required to produce a single click (or Cost-per-Customer)
ABC: Always Be Closing	BRCS: 5 countries competing with Trade and N-11	<b>CPCV</b> : Cost per completed view (CPCV = Cost + Completed Views)
<b>ABM</b> : Account Based Marketing	BTC: Bitcoin (BET)	<b>CPL</b> : Cost per lead
ABT: AB testing	BTF: Below the fold (en dessous du pl, donc invisible ; cf. ATF)	<b>CPM</b> : Cost per thousand (mille)
ACSEL: Association pour commerce et services en ligne (ADEL: Association De l'Economie Numérique)	BTL: below the line (cf. ATL & hors media)	<b>CPT</b> : Cost-per-Transaction
ADEX: Ad Exchange platform	BtoG: Business to Government	<b>CPV</b> : Cost per view (see also PPV)
<b>AdTech</b> : Advertising Technology (cf. MarTech)	<b>BtoR</b> : Business to Retail	<b>CR</b> : Conversion rate
ADX: Google DoubleClick Ad Exchange platform	BYOD: Bring your own device (cf. CYOD)	<b>CRM</b> : Customer relationship management
AIDA: Attention Interest Desire Action "First Purchase Funnel"	<b>CAE</b> : Customer Acquisition Cost (ou cycle d'activité client analyse du parcours client)	<b>CRO</b> : Conversion rate optimization
AMA: Ask Me Anything	CAD: communication audiovisuelle dynamique (cf. DOOH & digital signage)	<b>CSAT</b> : Customer Satisfaction Score
<b>AMP</b> : Accelerated Mobile Pages de Google	CCO: Chief Customer Officer	<b>CSR</b> : Corporate social responsibility (RSE)
APP: Application (a program designed to run on mobile devices)	CCU cf. UCC	<b>CSS</b> : Cascading Style Sheets
<b>API</b> : Application program interface (cf. MAPI)	CCD: Cahier des Charges	<b>CTA</b> : Call to action
<b>AR</b> : Augmented Reality (ou RA)	CDJ: customer digital Journey	CoB: Customer to Business (cf. UGC)
<b>ARPU</b> : Average revenu per user	<b>CEO</b> : Chief Digital Officer (ou Chief Data Officer)	CoC: Customer to Customer
ARR: average recurring revenu (or annual)	CDN: content delivery network / réseau de diffusion de contenu (AKAMAI)	<b>CTR</b> : Click Through rate (number of click on an item/bra)
<b>ASO</b> : App Store Optimization (cf. Search)	CDP: Customer Data Platform (it's more than a DMP and CRM)	<b>CE</b> : Customer experience (including UX)
ASF: Apache Software Foundation	CEM: Customer Experience Management	<b>CYOD</b> : Choose Your Own Device (cf. BYOD)
ASP: Application service provider AssurTech cf. Insurtech	<b>CES</b> : Customer Effort Score	D3.js cf. DDD
AsAdAd: Anytime Anywhere Anydevice	CGI: Computer-generated imagery	<b>DAO</b> : Decentralized Autonomous Organization (blockchain)
AsAdAdAc: AsAdAd + AnyContent	CHO: Chief Happiness Officer	<b>DDO</b> : Data Driven Document
ATF: Above the fold (au dessus du pl, donc visible ; cf. BTF)	CLI: command line interface	<b>DDM</b> : data-driven decision management
ATL: above the line (cf. BTL & media)	CLV: Customer Lifetime value	<b>DDS</b> : data-driven strategy
AWD: Adaptive web design (cf. RWD)	CM: Community Manager	DL: Digital Learning
<b>BAT(X)</b> : Baidu Alibaba Tencent Xiaomi (cf. GAFA)	CM: Communication Marketing Intégrée (MCI)	<b>DMECo</b> : Digital marketing exposition and conference (Cologne, DE)
BANT formula: Budget, Authority, Need, Timeline (developed by IBM)	CMO: Chief Marketing Officer	<b>DMP</b> : Data management platform
BAU: Business As Usual	<b>CMS</b> : Content management system	<b>DNS</b> : Domain name system (cf. ICANN & registrar)
<b>BI</b> : Business Intelligence	CNL: Commission Nationale Informatique et Liberté (cf. RGPD)	<b>DNVB</b> : Digital Native Vertical Brand
BMG: Business Model Generation by Alex Osterwalder	COOC: Corporate Open Online Course	<b>DOOH</b> : Digital Out Of Home (Digital Signage)
BOB: Best of Breed	COO: Cost Of Sale	DL: Deep Learning

## Les 150 définitions Conférence NoLimit



Toute spécialité a son jargon, voici quelques définitions utiles, regroupées par grands thèmes. Pour des questions de cohérence, certaines informations sont reprises avec un angle différent d'un thème à l'autre. La majorité des notions abordées et des définitions données sont d'un niveau très basique, l'objectif de ce document est de permettre un accès facile à ce monde digital qui peut en effrayer certains.

Les 150 définitions - Conférence NoLimit .....	1
1. AdTech: Advertising Technology .....	2
2. Agilité, design et plus .....	4
3. Economy & general .....	6
4. Juridique .....	8
5. KPI: Key Performance Indicator .....	9
6. MarTech: Marketing Technology .....	13
7. Research (market) & études online .....	14
8. Référencement (SEARCH) .....	16
9. TECHNIQUE : inside web .....	18
Marketing, quelques définitions .....	21

Lexique knatroll

## Lexique

# Survie agile en Digital Business

Toute spécialité a son jargon, parallèlement à un vrai lexique, voici 390 acronymes du marketing digital... qui est le marketing de tous les jours ! Et même si vous pensez, comme Elon\* que ASS (acronyms seriously suck), sachez que TAWYG (Totally Agree With You Guys), mais c'est le langage des entreprises ! Bonne lecture (au moins utile)

\* Mail de Elon Musk à ses équipes en 2010 (Tesla, SpaceX, SolarCity, Hyperloop, Boring and previously PayPal co-founder with Peter Thiel)

### A

<b>AAA:</b> Average active sessions	<b>APP:</b> Application (a program designed to run on mobile devices)
<b>AAID:</b> Android Advertising Identity	<b>API:</b> Application program interface (cf. MtoM)
<b>AARRR:</b> Acquisition, Activation, Retention, Revenue, Referral	<b>AR:</b> Augmented Reality (ou RA)
<b>ABM:</b> Account Based Marketing	<b>ARPU:</b> Average revenue per user
<b>ABT:</b> AB testing	<b>ARR:</b> Average recurring revenue (or annual)
<b>ADEX:</b> Ad Exchange platform	<b>ASO:</b> App Store Optimization (cf. Search)
<b>AdTech:</b> Advertising Technology (cf. MarTech)	<b>ATF:</b> Above the fold (au dessus du pli, donc visible ; cf. BTF)
<b>ADX:</b> Google DoubleClick Ad Exchange platform	<b>ATL:</b> Above the line (cf. BTL & media)
<b>AI:</b> Artificial Intelligence	<b>AWD:</b> Adaptive web design (cf. RWD)
<b>AIDA:</b> Attention Interest Desire Action "First Purchase Funnel"	
<b>AMP:</b> Accelerated Mobile Pages de Google	

### B

<b>BA:</b> Business Angel	<b>BMG:</b> Business Model Generation by Alex Osterwalder
<b>BAT(X):</b> Baidu Alibaba Tencent Xiaomi (vs. GAFA)	<b>BNPL:</b> Buy Now Pay Later
<b>BAU:</b> Business As Usual	<b>BOB:</b> Best of Breed
<b>BI:</b> Business Intelligence	<b>BOFU:</b> Bottom Of Funnel (cf. ToFu)
<b>BIM:</b> Building Information Modeling ou Model, ou encore Management. Traduit par «bâti immobilier modélisé» leader REVIT	<b>BOPUS:</b> Buy Online Pick Up In-Store
	<b>BR:</b> Bounce rate (visite limitée à une seule page ou non réception d'un email)

<b>BTC:</b> BitCoin (XBT)	<b>BtoG:</b> Business to Government
<b>BTF:</b> Below the fold (en dessous du pli, donc invisible ; cf. ATF)	<b>BtoR:</b> Business to Retail
<b>BTL:</b> Below the line (cf. ATL & hors media)	<b>BYOD:</b> Bring your own device (cf. CYOD)

### C

<b>CAC:</b> Customer Acquisition Cost (ou cycle d'activité client ancêtre du parcours client)	<b>CPL:</b> Cost per lead
<b>CAD:</b> Communication audiovisuelle dynamique (cf. DOOH & digital signage)	<b>CPM:</b> Cost per thousand (mille)
<b>CDJ:</b> Customer digital Journey	<b>CPT:</b> Cost-per-Transaction
<b>CDO:</b> Chief Digital (ou Data) Officer	<b>CPV:</b> Cost per view (see also PPV)
<b>CDN:</b> Content delivery network/ réseau de diffusion de contenu (AKAMAI)	<b>CR:</b> Conversion rate
<b>CDP:</b> Customer Data Platform (it's more than a DMP and CRM)	<b>CRM:</b> Customer relationship management
<b>CEM:</b> Customer Experience Management	<b>CRO:</b> Conversion rate optimization
<b>CES:</b> Customer Effort Score	<b>CSAT:</b> Customer Satisfaction Score
<b>CLV:</b> Customer lifetime value	<b>CSR:</b> Corporate social responsibility (RSE)
<b>CM:</b> Community Manager	<b>CSS:</b> Cascading Style Sheets
<b>CMS:</b> Content management system	<b>CTA:</b> Call to action
<b>COS:</b> Cost Of Sale	<b>CtoB:</b> Customer to Business (cf. UGC)
<b>CPA:</b> Cost per action (or acquisition)	<b>CtoC:</b> Customer to Customer
<b>CPC:</b> Cost per click: amount of money to produce a single click (or Cost-per-Customer)	<b>CTR:</b> Click Through rate (number of click on an item/link)
<b>CPE:</b> Cost per engagement	<b>CX:</b> Customer experience (including UX)
	<b>CXO:</b> Chief Experience Officer ou tous les C suite
	<b>CYOD:</b> Choose Your Own Device (cf. BYOD)

### D

<b>D2C:</b> Direct to Customer (DTC DNVB)	<b>DNVB:</b> Digital Native Vertical Brand
<b>DAM:</b> Digital Asset Management	<b>DOOH:</b> Digital Out Of Home (Digital Signage)
<b>DDDM:</b> Data-driven decision management	<b>DPO:</b> Data Protection Officer
<b>DDS:</b> Data-driven strategy	<b>DR:</b> Direct response
<b>DEM:</b> Digital experience management	<b>DS:</b> Digital Signage (DOOH & CAD)
<b>DL:</b> Digital Learning	<b>DSP:</b> Demand Side platform (cf. SSP)
<b>DM:</b> Direct mail or Direct message	<b>DTC:</b> Direct to Customer D2C (cf. DNVB or indie brands)
<b>DMP:</b> Data management platform	<b>DX:</b> Digital eXperience (digital transformation by IDC)
<b>DNS:</b> Domain name system (cf. ICANN & registrar)	

## E

**ECM:** Enterprise Content Management  
**ECR:** Efficient Consumer Response  
**EdTech:** Education Technology  
**EPC:** Earnings per click  
**EPM:** Entreprise Performance Management  
**ERP:** Enterprise Resource Planning (PGI)

**ESG:** Environmental, Social, Corporate Governance (CSR RSE ESG scores & rating)  
**ESS:** Economie sociale et solidaire  
**ET:** Exit traffic  
**ETL:** Extract Transform Load (or with -ing or ELT) for datas  
**EVP:** Employee Value Proposition / Executive Vice President

## F

**FBX:** FaceBook Ad Exchange  
**FOBO:** Fear Of Best Option

**FOMO:** Fear Of Missing Out  
**FPD:** First Party Data (cf. SPD et TPD)

## G

**GA:** Google Analytics  
**GAFAMS:** Google Amazon Facebook Apple Microsoft Salesforce (Alphabet)  
**GEM:** Grenoble Ecole de Management

**GH:** Growth Hacking  
**GRP:** Gross Rating Points (TRP)  
**GDPR:** General data protection regulation cf. RGPD

## H

**HIPO:** High Potential (Employee)  
**HIPPO:** Highest Paid Person's Opinion  
**HNWI:** High Net Worth Individuals

**HTML:** Hyper Text Markup Language  
**HTTPS:** Hypertext Transfer Protocol Secure

## I

**IA:** Intelligence Artificielle (AI)  
**IAB:** Interactive Advertising Bureau  
**IHM:** Interactions Homme-machines  
**IHOT:** Industrial IOT  
**IFTTT:** IF THIS THEN THAT  
**IM:** Instant Messaging

**InApp:** Display or purchase\* into a mobile APP  
**InStream:** Ad into a video  
**IOT:** internet of things  
**IPTV:** Internet television (cf. OTT)  
**IRL:** In Real Life

## J/K/L

**JOMO:** Joy Of Missing Out (+ POMO)  
**KOL:** Key Opinion Leader  
**KPI:** Key Performance Indicator  
**LAB126:** Lab Amazon (A = 1 ; Z = 26) Kindle, Dash, Echo, SnowBall...

**LMS:** Learning Management System (Moodle)  
**LTV:** Lifetime Value

## M

**MarCom:** Marketing and communication  
**MarTech:** Marketing Technology  
**MAU:** Monthly active users  
**MCA:** Market contact audit  
**MCN:** Multi channel network (YouTube)  
**MQL:** Marketing Qualified Leads (cf. SQL)  
**ML:** Machine Learning  
**MLM:** Multi Level marketing  
**MNO:** Mobile network operator

**NATU:** Netflix Airbnb Tesla Uber (Booking, TripAdvisor, BlaBlaCar, Spotify...)  
**NBIC:** Nanotechnologie Biotechnologie Informatique (IOT & sciences de l'Information) & sciences Cognitives (IA)  
**Neet:** Not in education employment training

**OZO:** Online To Offline (et le contraire)  
**OKR:** Objectives and Key Results

**PLA:** Product Listing Ads (Google Adwords)  
**PM:** Private message  
**PMF:** Product Market Fit  
**POC:** Proof Of Concept  
**POESM:** Paid Owned Earned Media (Shared)

**QR Code:** Quick response code

**MOFU:** Middle Of the Funnel cf. TOFU  
**MOOC:** Massive Open Online Course (COOC Corporate et SPOC Small Private)  
**MRM:** Marketing Resource Management  
**MRR:** Monthly recurring revenue  
**MtoM:** Machine To Machine  
**MVNO:** Mobile Virtual Network Operator  
**MVP:** Minimum Viable Product

## N

**NFC:** Near field communication  
**NFT:** Non-Fongible Token  
**NPS:** Net Promoter Score [(9+10)-(6..0)]  
**NRF:** National Retail Federation: biggest retail show

## O

**OOO:** Out of office message  
**OTT:** Over The Top Television (cf. IPTV)

## P

**PPC:** Pay per click  
**PPL:** Pay per lead  
**PPV:** Pay per view  
**PR:** PageRank (Public Relation)  
**PWA:** Progressive Web Apps from Google adopté par iOS 13

## Q

**QS:** Quality score

## R

**R:** R-project.org: programming language for statistics  
**RA:** Réalité Augmentée cf. Réalité Mixte (AR)  
**RCU:** Référentiel client unique (base du CRM ou de la CDP et du omnicanal) cf. SCV, DMP  
**RFID:** Radio Frequency Identification  
**RFM:** Récence Fréquence Montant  
**RFM:** Recency frequency monetary  
**RGPD:** Règlement Général de Protection des Données  
**RLSA:** Remarketing lists for search ads (Google)  
**ROAS:** Return on Ad Spend  
**ROBO:** Research Online Buy Offline  
**ROE:** Return on Expectation  
**ROI:** Return on investment  
**ROMI:** Return on marcom investment

**SaaS:** Software as a Service cf. PaaS, IaaS, DaaS Data, XaaS  
**SCV:** Single customer view cf. RCU, DMP

**SE Traffic:** Search Engine Traffic  
**SEA:** Search Engine Advertising  
**SEM:** Search engine marketing  
**SEO:** Search engine optimization  
**SERP:** Search engine results page: a list of result appearing in response to a user search query  
**SM:** Social media

**TCD:** Tableau Croisée Dynamique (Pivot Table)  
**TCO:** Total Cost of Ownership  
**TED:** Technology entertainment design (ideas worth

**ROPO:** Research Online Purchase Offline  
**ROS:** Run of site (ads can be placed on any area of a website)  
**RPA:** Robotic Process Automation (+ API)  
**RSE:** Réseau Social d'Entreprise ou Responsabilité Sociétale des Entreprises (CSR)  
**RSS:** Really Simple Syndication  
**RSSI:** Responsable sécurité systèmes d'information  
**RT:** Retweet  
**RTB:** Real time bidding  
**RTD:** Real time data  
**RTF:** Recommend to a friend  
**RV:** Réalité Virtuelle (VR)  
**RWD:** Responsive Web Design

## S

**SMACS:** Social Mobile Analytic Cloud Security  
**SMM:** Social media marketing / management  
**SMMS:** Social media management software (hootsuite, sprinklr, buffer)  
**SMO:** Social media optimization  
**SoLoMo:** Social Local Mobile  
**SPD:** Second Party Data cf. FPD  
**SSP:** Supply Side platform  
**SXO:** Search Experience Optimization (new SEO)

## T

spreading)  
**TEDx:** Idem TED mais indépendant  
**TLD:** Top level domain (.com / .fr / .net)



<b>TOFU:</b>	Top of Funnel	<b>TRP:</b>	Target Rating Point (GRP)
<b>TPD:</b>	Third-Party Data cf. FPD	<b>TT:</b>	Trending Topics (Twitter)
<b>TRM:</b>	Total relationship management	<b>TMM:</b>	time to market

<b>U</b>			
<b>UGC:</b>	User Generated Content	<b>UV:</b>	Unique visitor
<b>UI:</b>	User interface	<b>UX:</b>	User experience (cf. CX)

<b>V</b>			
<b>VC:</b>	Venture Capital / capitalist	<b>VR:</b>	Virtual Reality
<b>VM:</b>	Viral marketing	<b>VRM:</b>	Vendor Relationship Management
<b>VOC:</b>	Voice of the customer	<b>VU:</b>	Visiteur Unique
<b>VOD:</b>	Video on demand	<b>VUCA:</b>	Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity
<b>VP:</b>	value proposition		

<b>W</b>			
<b>WAU:</b>	Weekly active users	<b>WTS:</b>	Web To Store (O2O)
<b>WOM:</b>	Word of Mouth	<b>WYSIWYG:</b>	What you see is what you get
<b>WOW:</b>	Effet Wahou		
<b>WTF:</b>	Welcome to Facebook (or What The F***)		

<b>X/Z</b>			
<b>XR:</b>	Extended reality / Cross Reality cf. VR AR	<b>ZMOT:</b>	Zero Moment of Truth

## Marketing Metrics (Analytics & KPI)

### De la satisfaction client...

Tout dépend de la satisfaction client et elle est si dure à mesurer. Quelques indicateurs sont mondialement utilisés comme le baromètre de la satisfaction :

#### NPS (Net promoter score):

La question n'est pas posée directement (que pensez-vous de... ?) mais indirectement (conseillerez-vous notre produit à... ?) avec une échelle de 0 à 10. Ensuite la méthode de calcul consiste à retrancher le pourcentage de réponses 0 à 6, des réponses 9-10. Cette méthode est redoutée car beaucoup plus pénalisante qu'une moyenne.

#### CSAT (Customer Satisfaction Score):

Ratio classique et basique de satisfaction

Par exemple: Un client peut être très satisfait d'un achat (CSAT) mais trouver que la procédure est fastidieuse (CES) et ne recommandera pas notre société (NPS).

### Taux de conversion selon les modèles Attribution / Contribution

#### CTR (clic through rate):

Nombre de simple clic sur un lien (simple bouton, lien, display) sur le nombre d'exposition (visualisation ou impression). Taux moyen: 10%.

#### CTA (Call to Action):

Bouton sur lequel il faut cliquer pour réaliser la conversion.

#### Conversion:

Action (achat, enregistrement, prise de RDV, réponse, lire, écouter, visionner, passer à l'étape suivante...) que l'on souhaite faire réaliser par ses visiteurs.

#### client sous forme d'une moyenne

des notes obtenues sur 5 ou 10 (généralement avec des étoiles ou des smiley). Indicateur à suivre au long du cycle de vie du client et au gré des transformations de l'entreprise.

#### CES (Customer Effort Score):

Score d'effort obtenu après l'action d'un utilisateur, il s'agit de mesurer la difficulté d'obtenir un service ou un renseignement de la part du client.

La conversion est plus complète et complexe qu'un simple clic.

#### CR (conversion rate ou taux de conversion):

Nombre de visiteurs qui effectuent l'action voulue sur le nombre de VU (visiteurs uniques). Taux moyen: 2,5%.

#### CRO (conversion rate optimization):

Amélioration du CR par des techniques d'AB testing, de changement de prix, de modèle d'affaires.

**BR (Bounce Rate):** littéralement taux de rebond, exprime le nombre d'email non délivré ou le nombre de visiteur qui

restent sur une seule page sans autre action ou clic. Taux moyen: 7,5%.

Par exemple: en changeant les taille-position-couleur du bouton « acheter » (CTA) nous sommes passés de 50 à 60 clics par jour sur 1550 visiteurs uniques (VU). Le CRO est réussi avec +20% de CR à 3,87% (1550/60)

#### Attribution:

Mesure du taux de conversion sur le « last clic » qui mène à l'objectif. Le taux de conversion (CR) est attribué à ce seul dernier clic (parfois le premier). Le modèle d'attribution du taux de conversion au last clic est de plus en plus controversé.

#### Contribution:

Mesure de chaque point de contact qui mène à l'objectif. Le taux de conversion (CR) est calculé par une contribution de chaque point de contact ou de chaque canal. La contribution peut être linéaire chaque point de contact à la même valeur ou pondéré (chaque point de contact à une valeur différente).

### Communication digitale et média

#### Impression:

Nombre d'affichage d'un lien publicitaire (lien texte, bouton ou image display).

#### Clic:

Nombre de clic sur un lien ou une image publicitaire.

#### CPC (Coût par clic):

Montant requis pour obtenir un clic sur un lien publicitaire (lien, bouton, display) quelque soit le nombre d'impression. Montant moyen 0,50€/clic.

#### CPM (coût par mille):

Mesure standard et modèle de tarification de la publicité digitale pour 1000 impressions. Montant moyen 5€/1000 impressions.

Par exemple: pour un lancement de produit, il vaut mieux acheter des liens aux CPC qui rapportent vite des visiteurs sans risque, alors que pour une marque établie l'achat de 1000 impressions en CPM contribue à l'image globale





**Act**

**Think**

**Impact**

IMPORTANCE

+

**1** Do First  
Urgent et important  
Do it now  
Crise

**2** Do Next  
Important pas urgent  
Attente, planning  
ToDo

**3** Do Later  
URGENT  
Pas important  
Déléguer, éviter

**4** Don't Do  
trivialities  
limit  
time wast  
trash  
delete  
dump it

+

URGENCE

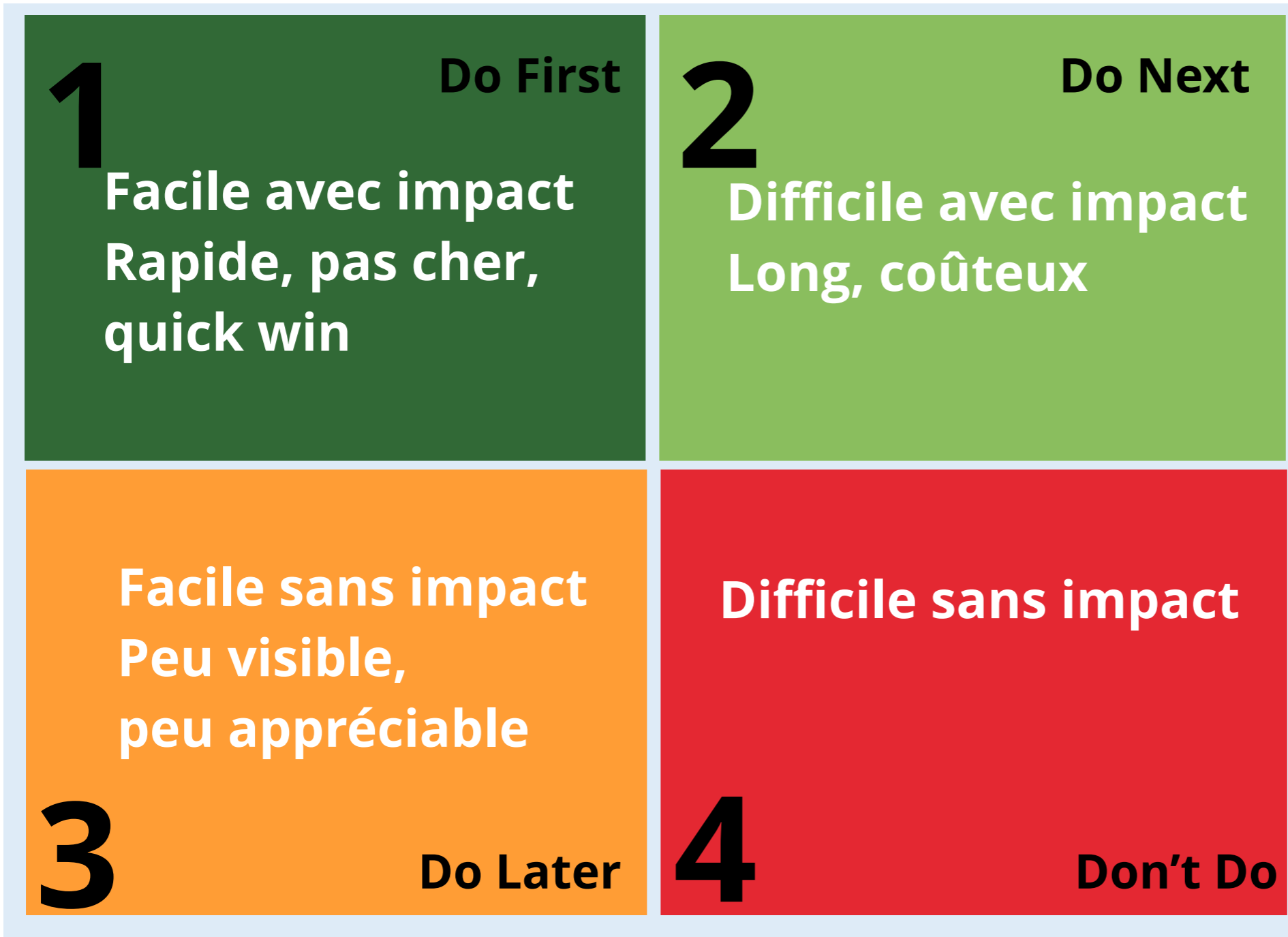
-

G

Matrice de  
Dwight  
Eisenhower  
(34th)

do  
delay/defer  
delegate  
delete

# Matrice de FOPH



**G**

**FACILE**





©  
**technology evangelist**  
hubert@kratiroff.com

A Venn diagram with five overlapping circles representing business functions: marketing (top), engineering (top-right), sales (right), support (bottom), and product (bottom-left). A circular portrait of a man is centered in the intersection of the product and support circles.

G



## La définition du mot "Crise" en chinois

Crise

危机

DANGER

OPPORTUNITE

Le mot CRISE est composé de deux caractères. Le premier caractère « danger » représente un homme au bord d'un précipice. Le second, souvent associé au vocabulaire des machines, signifie opportunité / chance lorsqu'il est associé à 机.

La sémantique chinoise est dans ce cas plus positive en évoquant le caractère favorable que peut représenter une crise pour une organisation.

**#newWorld**



**NO LIMIT**  
**NBIC**  
**VUCA**



**CULTURE**  
**AGILITÉ**  
**SCRUM**



**STRATÉGIE**  
**CONTENUS**  
**INBOUND**



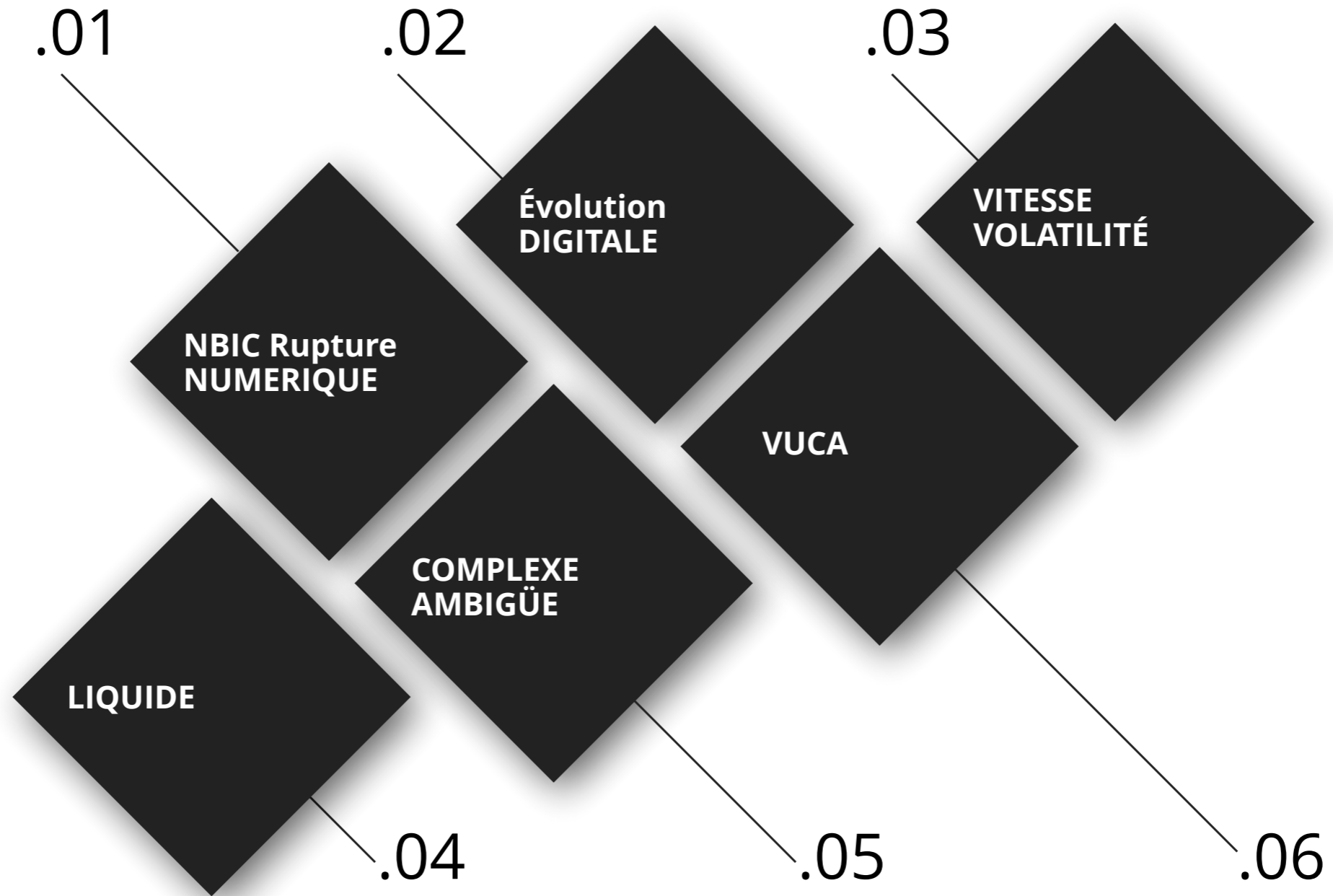
**UX**  
**PARCOURS**  
**CLIENT**

---

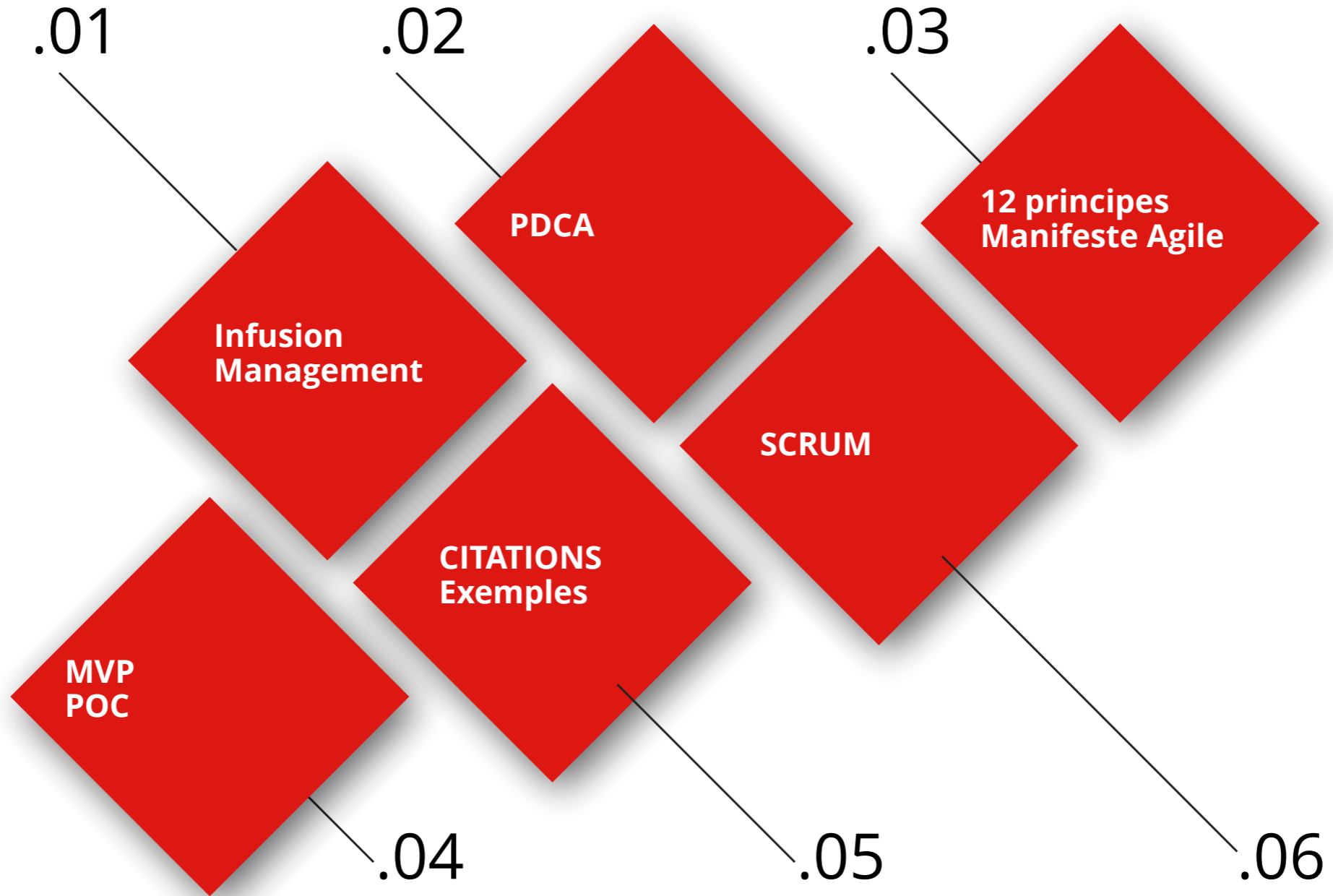
**OPH**  
LA FÉDÉRATION



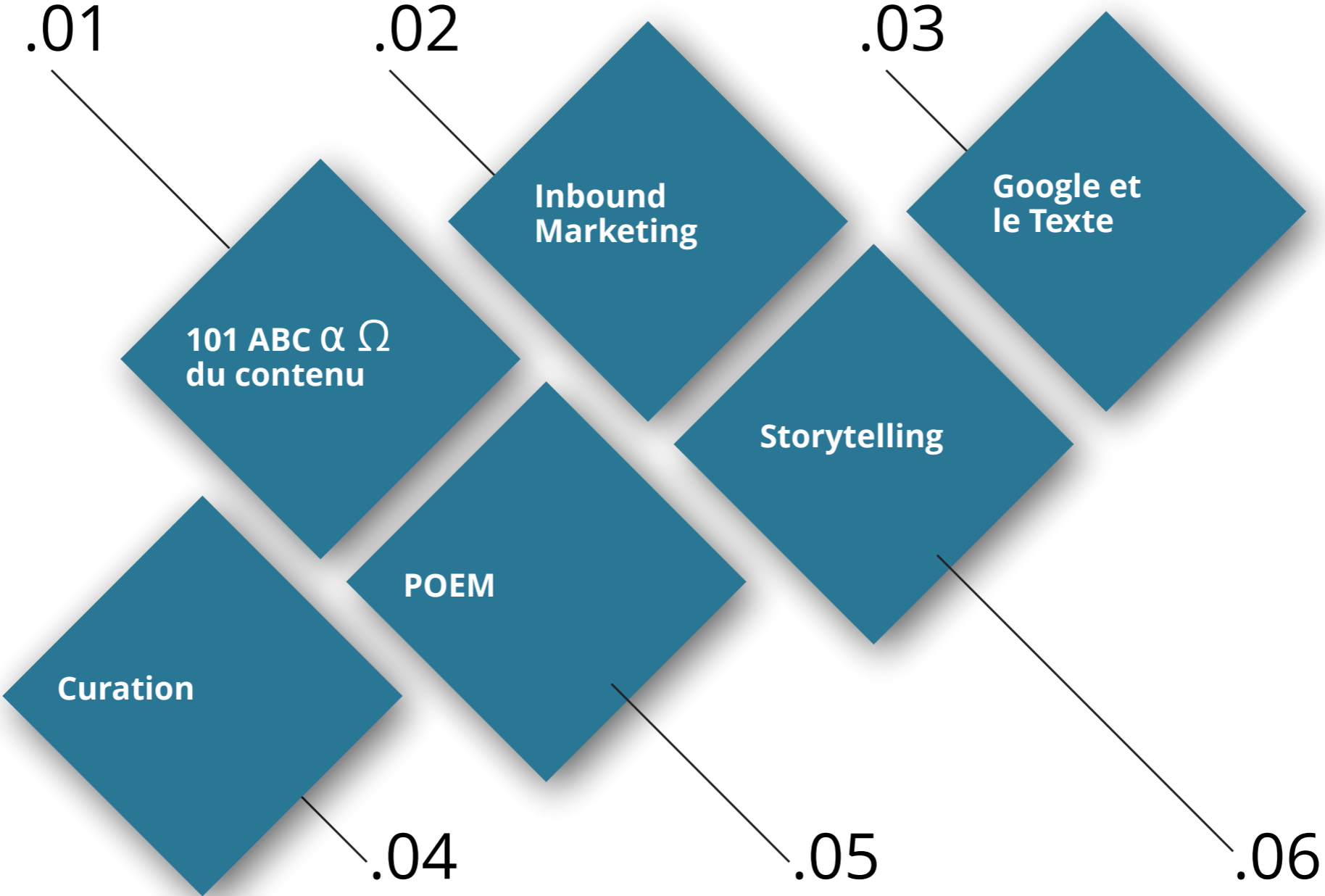
# 1-NoLimit



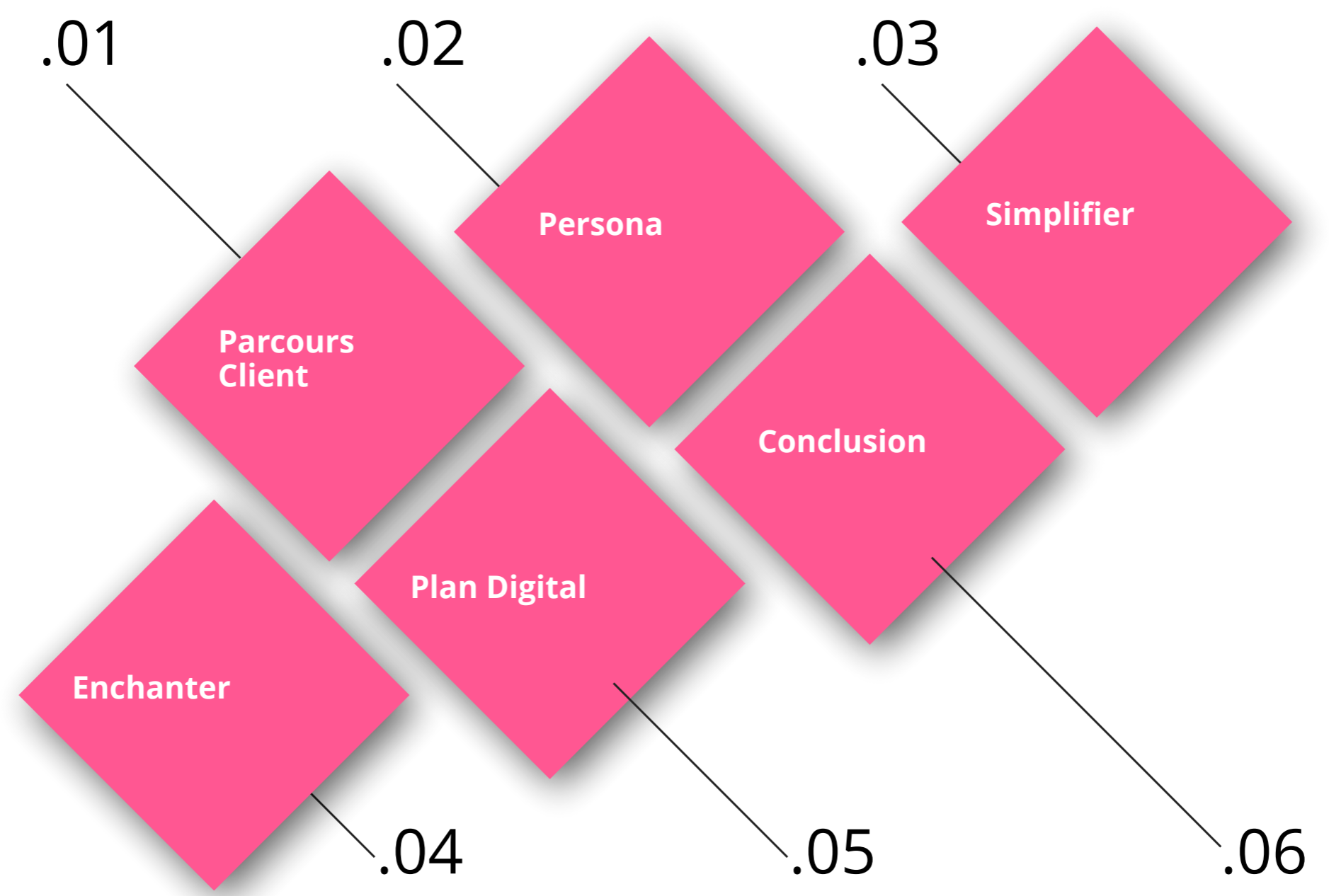
# 2-Culture



# 3-Contenu



# 4-UX



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

METAVVERSE



StoryTelling

NoStory : NoBusiness





Description de l'évolution de l'écosystème, des technologies : ce nouveau monde, sans limite, va vite, s'infiltrer partout et dans tous les aspects de la vie. De nouveaux outils d'analyse s'imposent avec ...

.../...



... l'agilité pour l'adaptation interne à cette nouvelle économie. Ce changement de culture est primordial pour rester compétitif et intégrer de nouveaux salariés qui cherchent de nouvelles valeurs dans ...

.../...



... le contenu éditorial fabriqué par les nouvelles organisations. C'est un des moyens pour résister à la montée des plateformes mondiales. Peu de moyens produisent des miracles et ...

.../...



... l'objectif global est la satisfaction des nouveaux utilisateurs en leur offrant une expérience parfaite, fluide, agréable et sans irritant. L'expérience utilisateur est centrale.

UX => CE \*

\* user experience  
customer engagement



1

Description de l'évolution de l'écosystème, des technologies : ce nouveau monde, sans limite, va vite, s'infiltrer partout et dans tous les aspects de la vie. De nouveaux outils d'analyse s'imposent avec ...

.../...

2

... l'agilité pour l'adaptation interne à cette nouvelle économie. Ce changement de culture est primordial pour rester compétitif et intégrer de nouveaux salariés qui cherchent de nouvelles valeurs dans ...

.../...

3

... le contenu éditorial fabriqué par les nouvelles organisations. C'est un des moyens pour résister à la montée des plateformes mondiales. Peu de moyens produisent des miracles et ...

.../...

4

... l'objectif global est la satisfaction des nouveaux utilisateurs en leur offrant une expérience parfaite, fluide, agréable et sans irritant. L'expérience utilisateur est centrale.

UX => CE \*

\* user experience  
customer engagement

1

Description de l'évolution de l'écosystème, des technologies : ce nouveau monde, sans limite, va vite, s'infiltrer partout et dans tous les aspects de la vie. De nouveaux outils d'analyse s'imposent avec ...

.../...

2

... l'agilité pour l'adaptation interne à cette nouvelle économie. Ce changement de culture est primordial pour rester compétitif et intégrer de nouveaux salariés qui cherchent de nouvelles valeurs dans ...

.../...

3

... le contenu éditorial fabriqué par les nouvelles organisations. C'est un des moyens pour résister à la montée des plateformes mondiales. Peu de moyens produisent des miracles et ...

.../...

4

... l'objectif global est la satisfaction des nouveaux utilisateurs en leur offrant une expérience parfaite, fluide, agréable et sans irritant. L'expérience utilisateur est centrale.

UX => CE \*

\* user experience  
customer engagement



*Michel Houellebecq*  
La carte  
et le territoire

roman

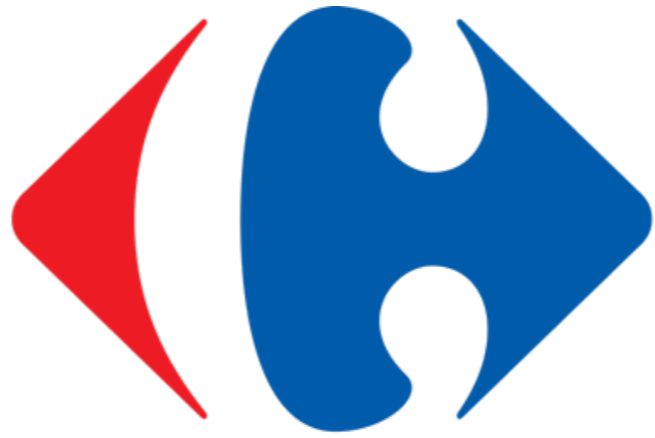
**PRIX  
GONCOURT  
2010**

Flammarion

# Un nouveau continent ...







**Carrefour**



One more thing...



slido

Joining  
a m

#OPH

Join



Product Use Cases Pricing Resources Log In Sign Up

# Give a voice to your audience

with the ultimate Q&A and polling platform

Get started for free

watch a video or Schedule a demo

sli.do

ou

slido.com

#gem

## AUDIENCE INTERACTION

---

- ▶ [SLI.do](https://slido.com)
- ▶ [www.beekast.com](https://www.beekast.com)
- ▶ [Klaxoon](https://klaxoon.com)
- ▶ [Kahoot](https://kahoot.com)
- ▶ [WooClap.com](https://wooclap.com)
- ▶ [www.mentimeter.com/inspiration](https://www.mentimeter.com/inspiration)





**NoLIMIT**  
**NBIC**  
**VUCA**



CULTURE  
AGILITÉ  
SCRUM



STRATÉGIE  
CONTENUS  
INBOUND



UX  
PARCOURS  
CLIENT

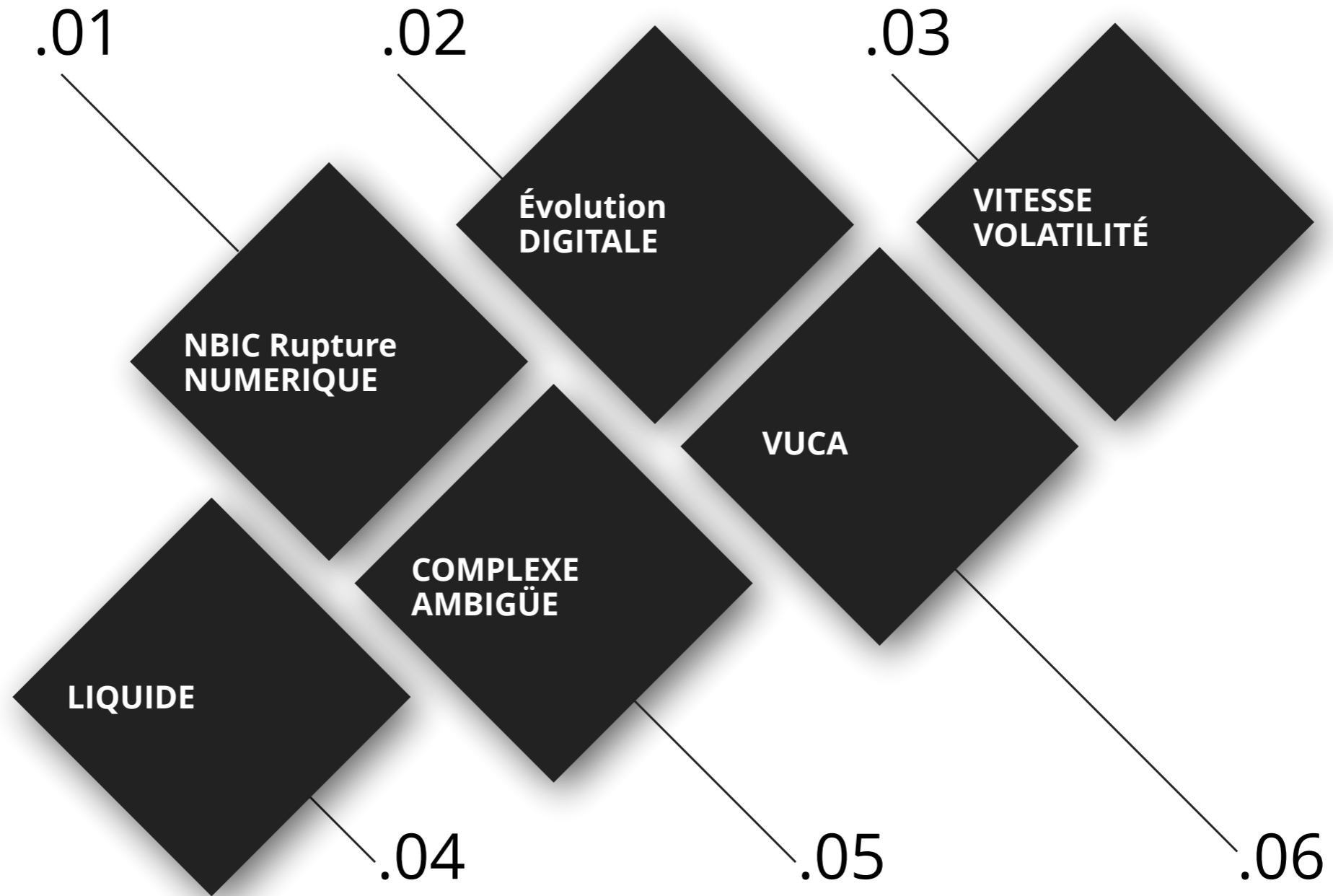




**NOLIMIT**



# 1-NoLimit





“  
**THE FUTURE IS ALREADY  
HERE — IT'S JUST NOT  
EVENLY DISTRIBUTED**  
”



***William Ford Gibson (1948-)  
cyberspace noir prophet***

4<sup>ème</sup> révolution industrielle

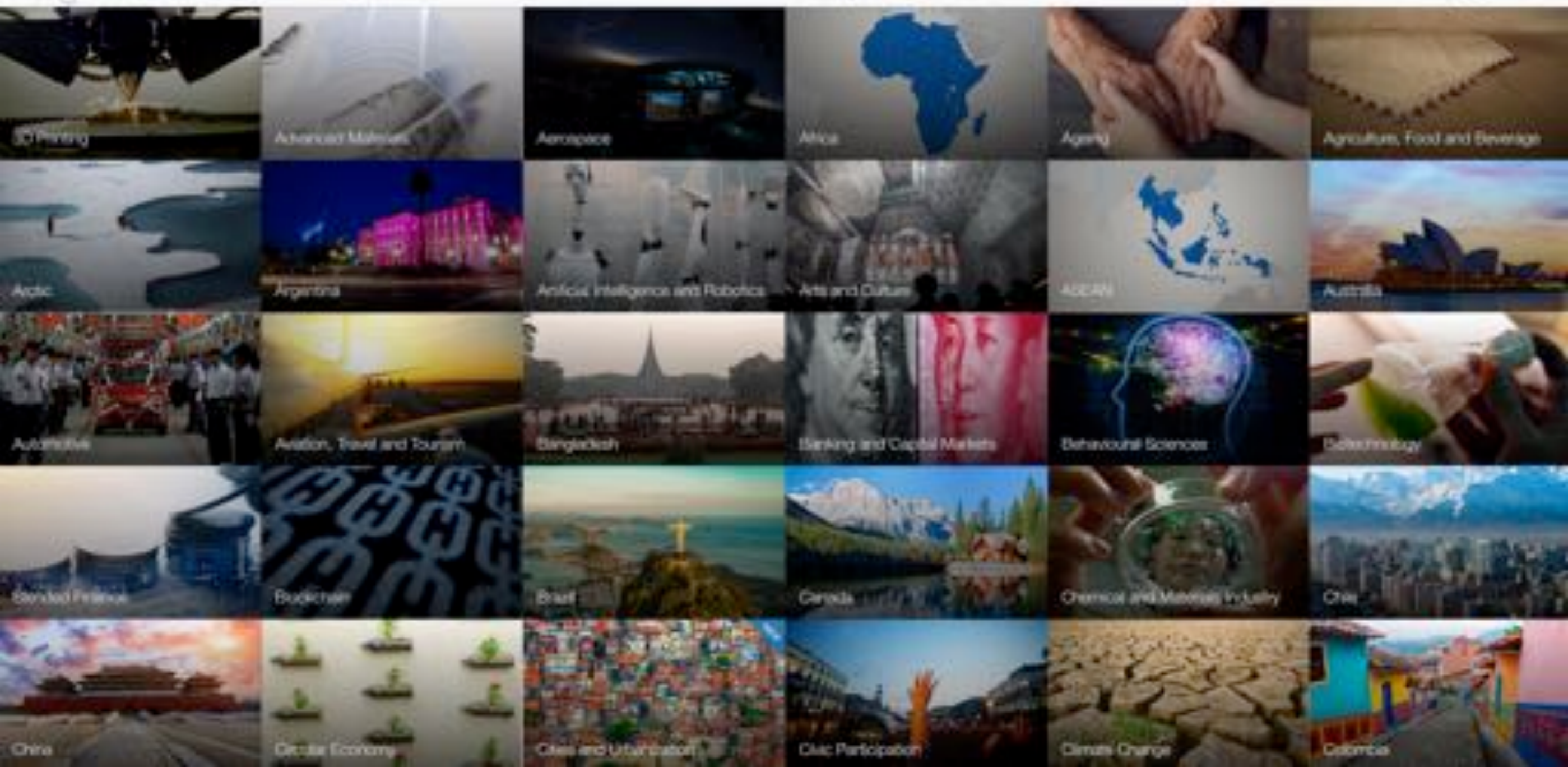
**Vapeur + moteur**

**Électricité**

**Informatique**

**IA**







3<sup>ème</sup> révolution industrielle

Vapeur + moteur

Électricité

NBIC (NTIC)

THE  
**THIRD**  
**INDUSTRIAL**  
**REVOLUTION**

HOW LATERAL POWER  
IS TRANSFORMING ENERGY,  
THE ECONOMY, AND THE WORLD



JEREMY RIFKIN

NBIC



# NBIC

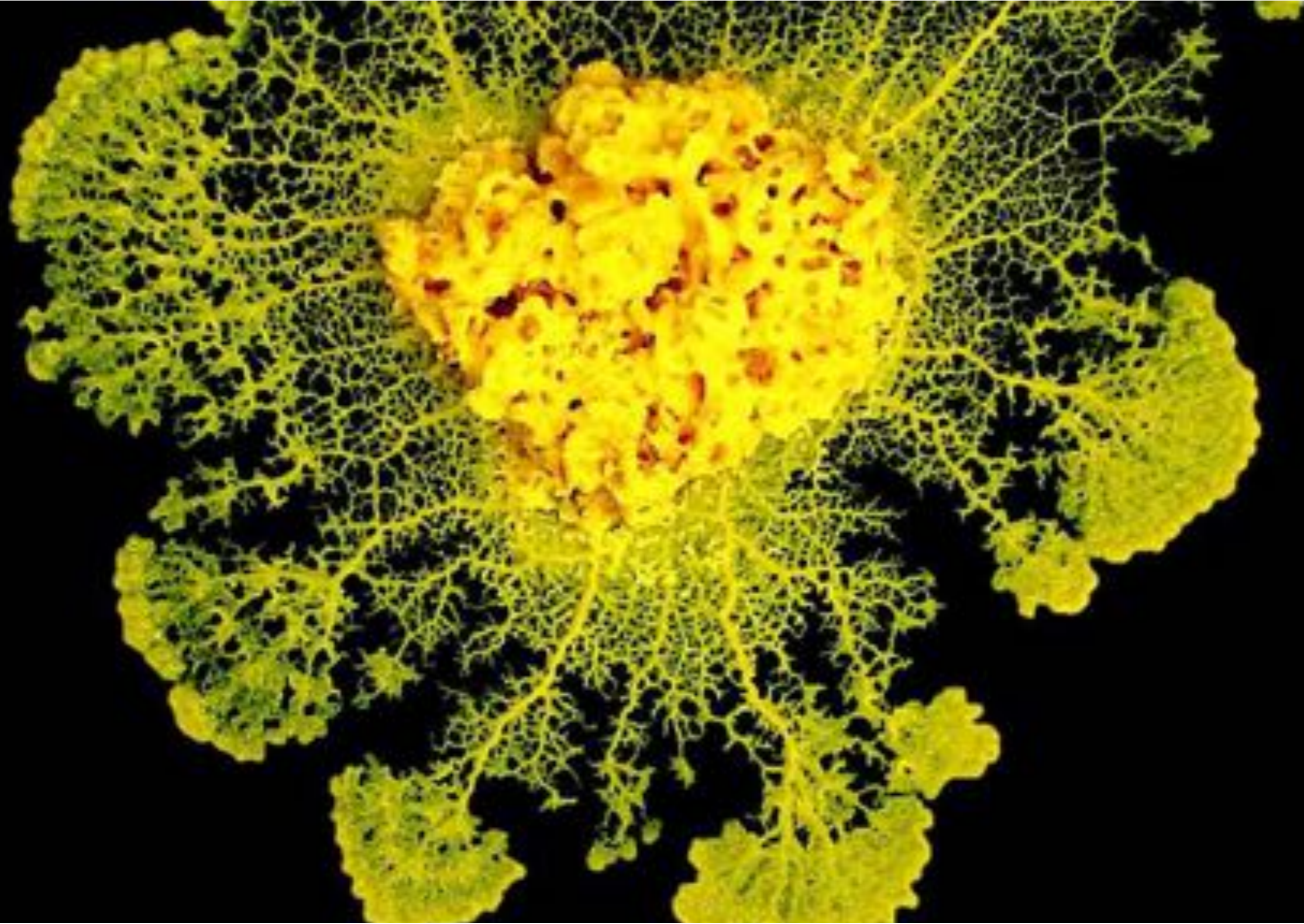
**Nano** (techno, matériaux, graphène, H)

**Bio** (techno, mimétisme, blob, axolotl)

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

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



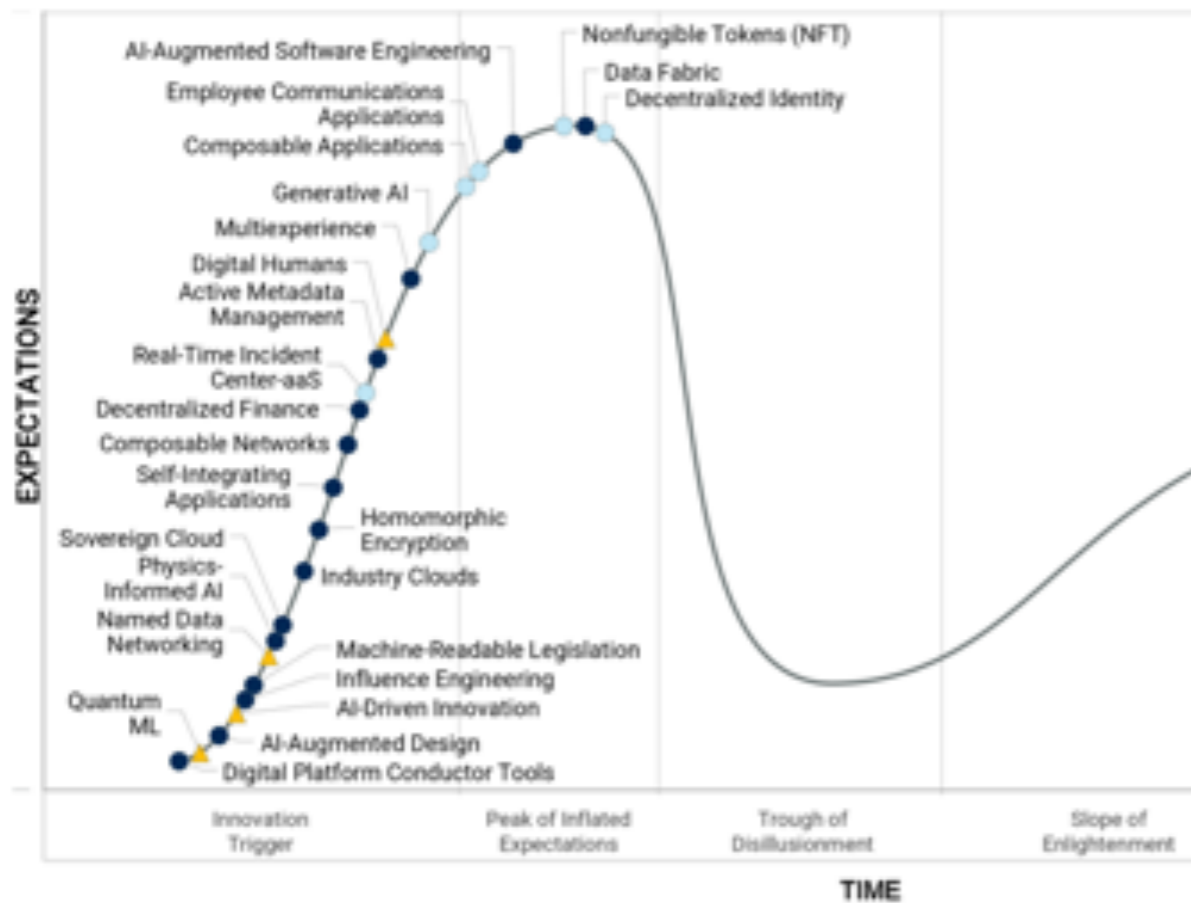






# Gartner Hype Cycle

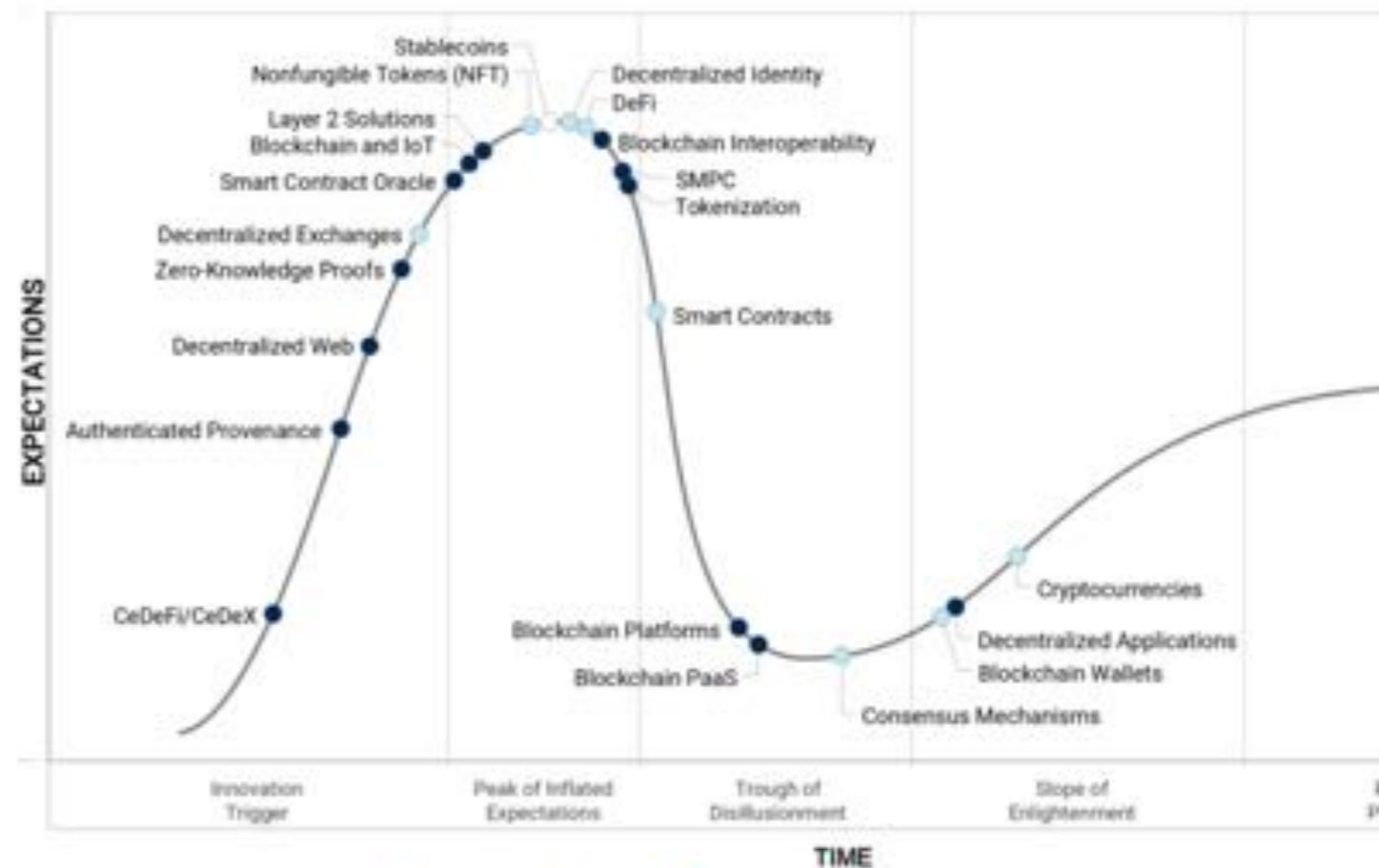
## Hype Cycle for Emerging Technologies, 2021



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"><li>• Internet of Behaviors</li><li>• Total Experience</li><li>• Privacy-Enhancing Computation</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Distributed Cloud</li><li>• Anywhere Operations</li><li>• Cybersecurity Mesh</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Intelligent Composable Business</li><li>• AI Engineering</li><li>• Hyperautomation</li></ul>

**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.,



# facebook horizon metaverse





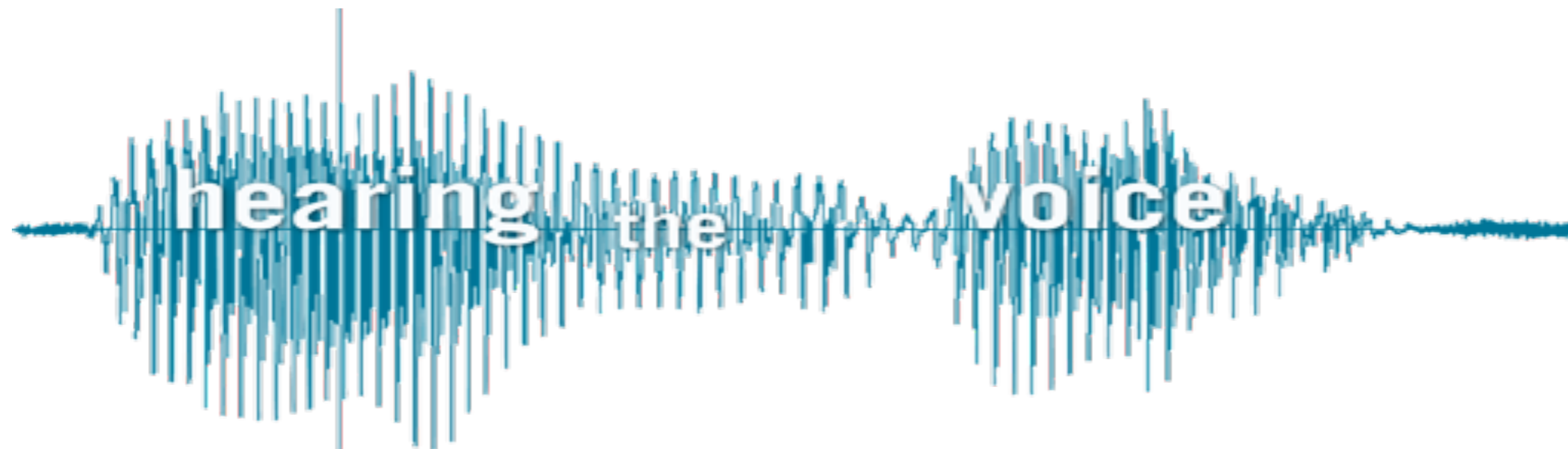
diem



$$\left[ \begin{array}{c} \dots \\ AI \quad \dots \quad AI \quad AI \\ \dots \end{array} \right]$$



TikTok  
@deeptocruse



**Conversation mode : ON**





A 3D rendering of a black metal chain against a black background. The chain is composed of several interlocking links, with some links appearing to be in motion or slightly offset from the main chain. The words "BLOCKCHAIN" are overlaid in a bold, white, sans-serif font, centered horizontally and partially obscured by the chain's links.

**BLOCK  
CHAIN**



**Understand the Future,  
Now**

Software is eating the world. Future is your guide from a16z to technology, innovation, and where it's all going.

[Go to Future »](#)

**Future**

Software is eating the world  
WEB 1.0 → 3.0

# Michel SERRES

-3000 écriture  
1450 imprimerie/chiffre  
2000 NBIC

# Luc FERRY

1800 Vapeur  
1900 Électricité  
2000 NBIC



GRENOBLE  
ECOLE DE  
MANAGEMENT  
TECHNOLOGY & INNOVATION

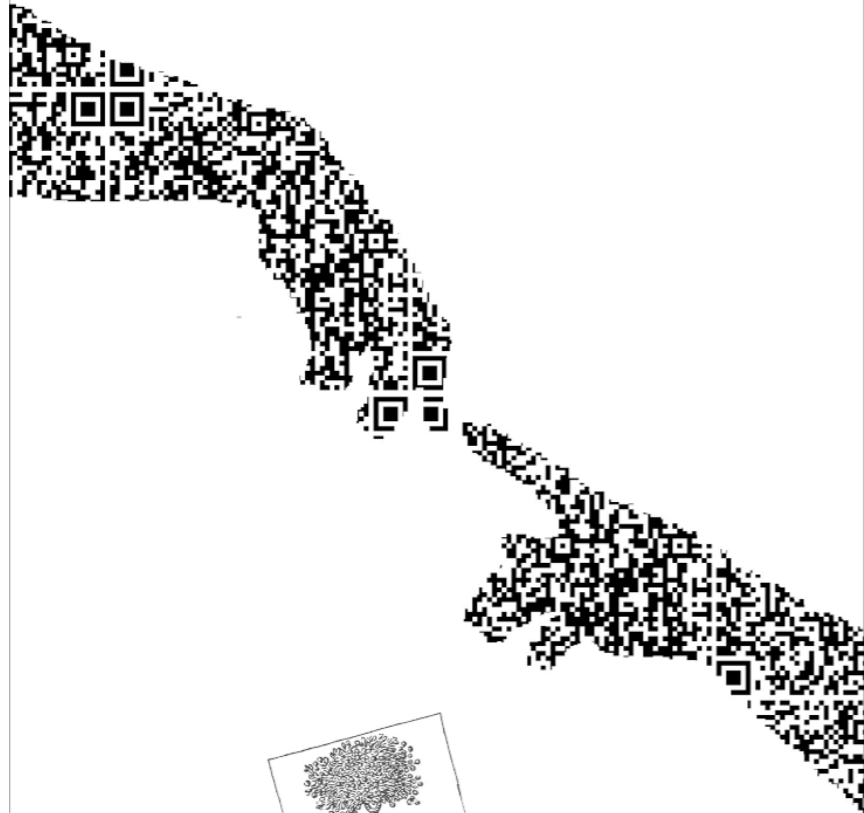
CCI GRENOBLE

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





# Gutenberg



# Zuckerberg Sandberg







# **/the social dilemma**

VINCENT COQUAZ  
ISMAËL HALISSAT

# LA NOUVELLE GUERRE DES ÉTOILES



**ENQUÊTE :  
NOUS SOMMES  
TOUS NOTÉS**

KERO

...

**si vous ne payez rien,  
c'est que**

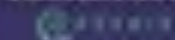
**VOUS êtes le produit**



JEAN-LOUIS  
**MISSIKA**  
PIERRE  
**MUSSEAU**

# Des robots dans la ville

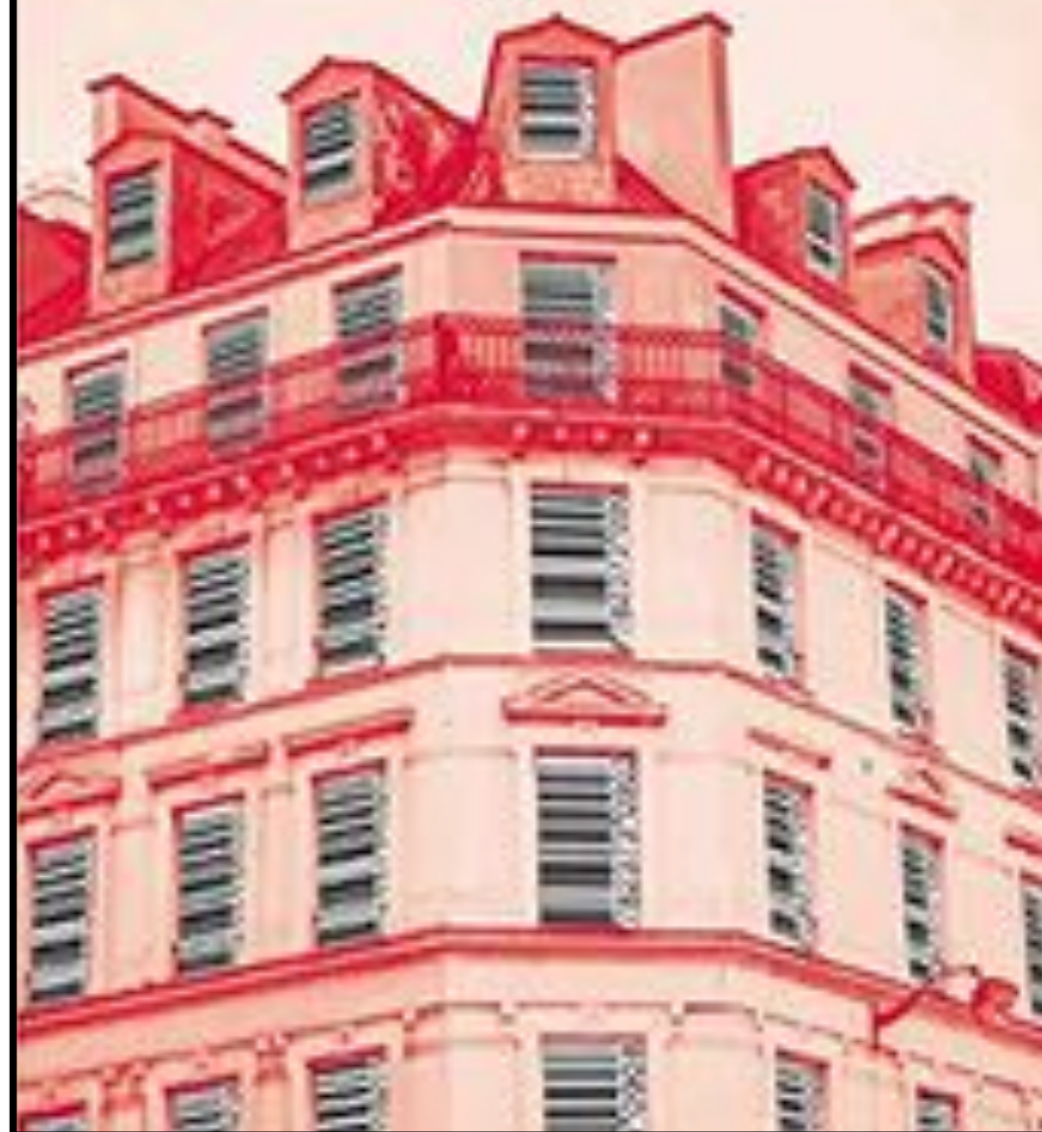
Tallandier



**COMMENT  
LES VOITURES AUTONOMES  
VONT CHANGER  
NOS VIES**

**airbnb**  
**la ville ubérisée**  
ian brossat

**NASH**

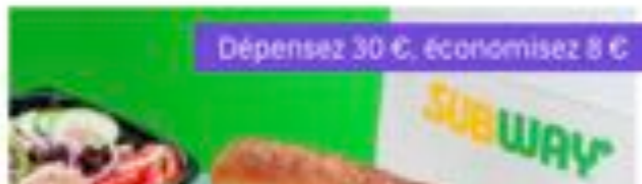


# Vos plats préférés, livrés avec Uber

 Saisissez l'adresse de livraison.

[Voir les restaurants](#)

## Paris - Livraison de repas





# NO LIMIT



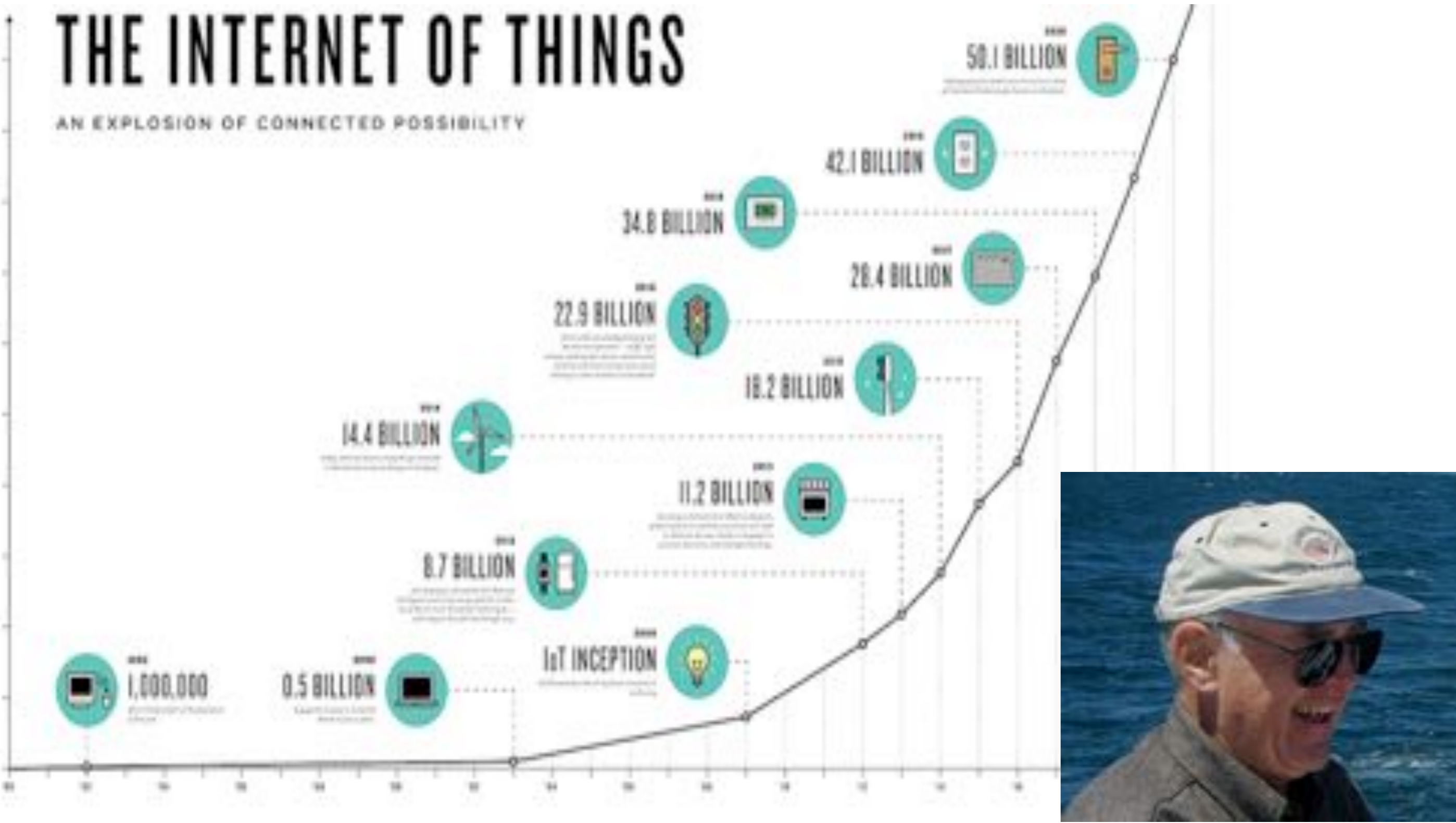
Moore

Gordon

G

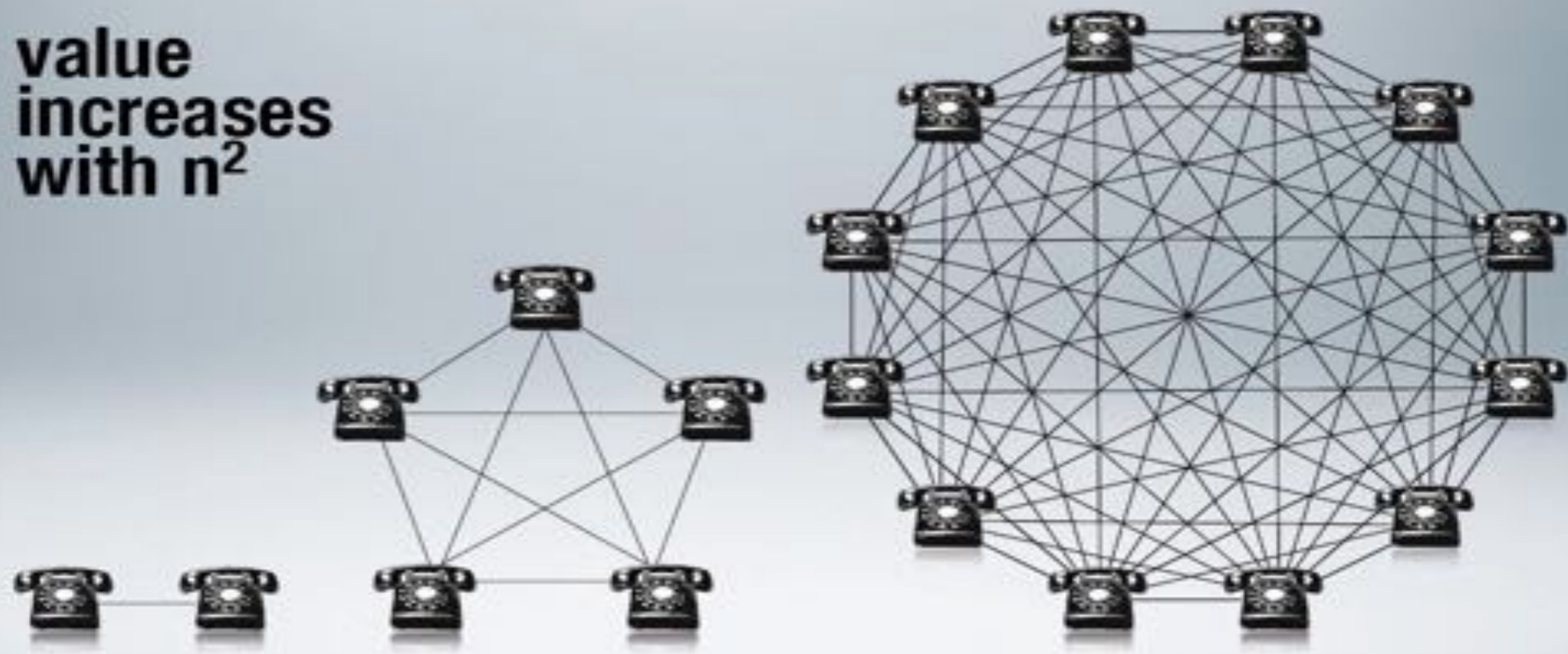
# THE INTERNET OF THINGS

AN EXPLOSION OF CONNECTED POSSIBILITY



# METCALFE'S LAW

value  
increases  
with  $n^2$



*Internet Of Things*

*Internet Of Behavior*



Data



Information



Knowlege



Wisdom

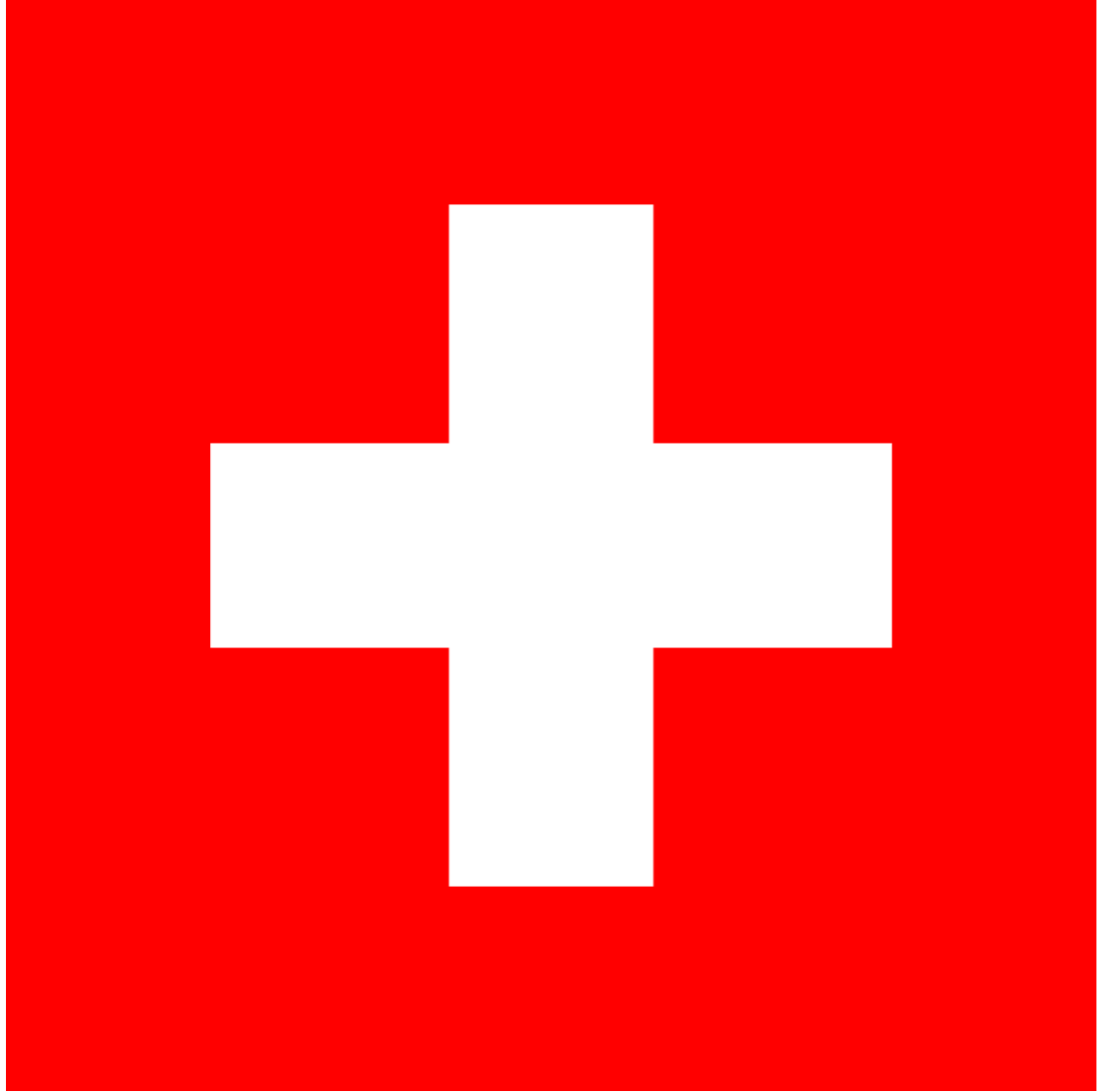
# Les Nouvelles économies





ROLEX





**NETFLIX**

way

©2006 All Rights Reserved



NETFLIX



Disney





Prime Air



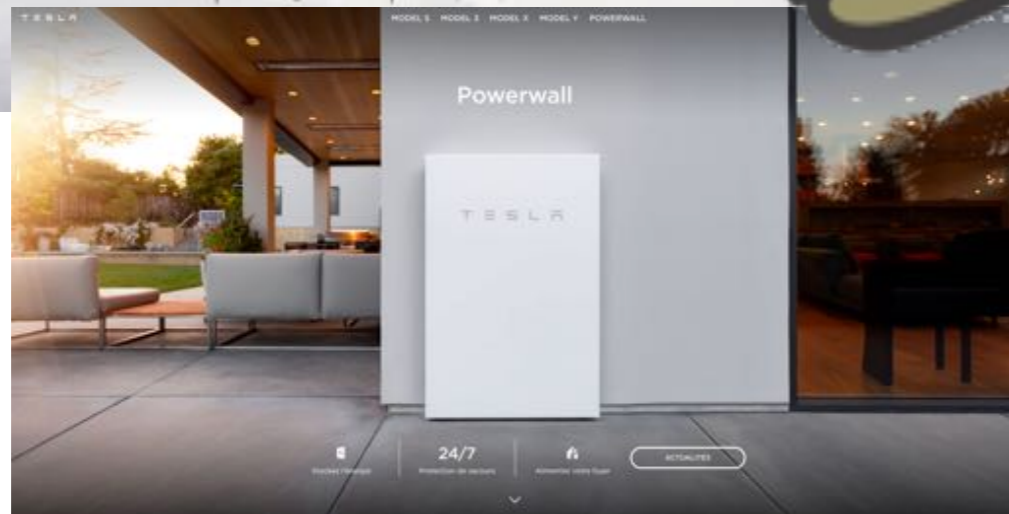
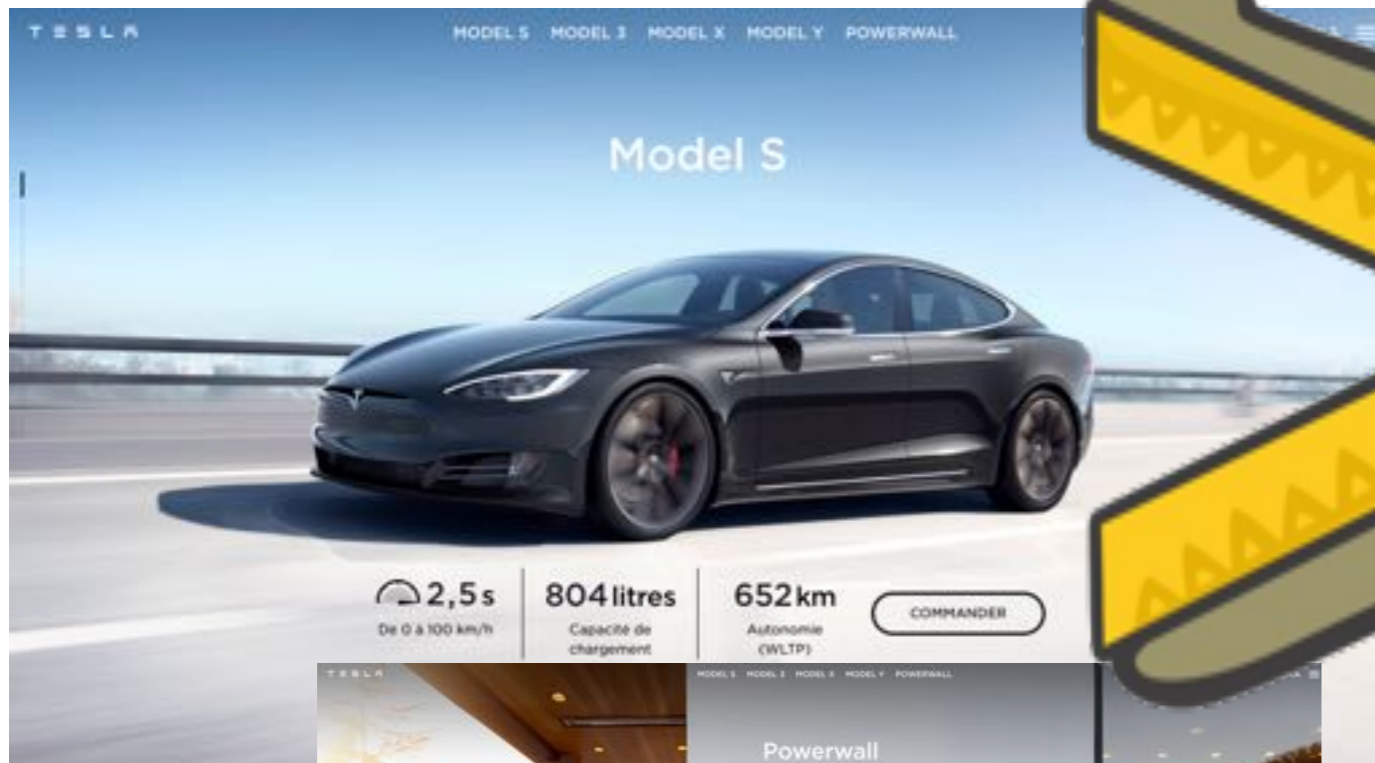
1111111

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



**\$151B**

**\$151B**





Ranking	Banking Group	Market Capitalisation (USD bn)
1	JP Morgan	388
2	ICBC	330
3	Bank of America	315
4	China Construction Bank	270
5	Wells Fargo	268
6	HSBC	198
7	Agricultural Bank of China	200
8	Citi	183
9	Bank of China	180
<b>10</b>	<b>Ant Financial</b>	<b>150</b>
11	China Merchant Bank	122
12	Royal Bank of Canada	114
13	Santander	100
14	BNP Paribas	90
15	Goldman Sachs	91
16	Sberbank	84
17	Unicredit	50
18	Barclays	47



GAFA, quoi ?

G A F A

N A T U

B A T

G

**GAF**A

Google Amazon Facebook Apple

*MSH*

Microsoft Salesforce Huawei

**NATU**

Netflix Airbnb Tesla Uber

*BEY*

Booking Expedia Yandex

**BATX**

Baidu Alibaba Tencent Xiaomi

*BDH*

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**



05/01/20

# NASA SELECTS LUNAR OPTIMIZED STARSHIP

NASA selected SpaceX to develop a lunar optimized Starship to transport crew between lunar orbit and the surface of the Moon as part of NASA's Artemis program.





INTRODUCING  
**amazon go**

YouTube



*AI* + **amazon** = *amazon go*



# NO LIMITS





WORLD



Black Mirror  
NOSEDIVE (S03E01)  
Entire History of you (S01E03)  
Credit Social : note de confiance





## Your Social Selling Index

Top Industry SSI rank

1%

Top Network SSI rank

2%

### Current Social Selling Index



#### Four components of your score

27.45 | Establish your professional brand

14.82 | Find the right people

13.27 | Engage with insights

25 | Build relationships

### People in your industry



Sales professionals in the Computer Software industry have an average SSI of 32.

You rank in the top 1%.

No change since last week

### People in your network



People in your network have an average SSI of 42.

You rank in the top 2%.

A top 1% since last week



**Hubert Kratiroff**  
CDO at CX-convers & public speaker





**transformation digitale**

Terme de recherche

**digitalisation**

Terme de recherche

+ Ajouter une comparaison

France ▾

De 2004 à ce jour ▾

Toutes catégories ▾

Recherche sur le Web ▾

Évolution de l'intérêt pour cette recherche ⓘ



● cph

Terme de recherche

● inoya

Terme de recherche

● OFFVITIS - Office Pu...

Office public du logem...

● Bourg Habitat - Ag...

Sujet

+

France ▾

12 derniers mois ▾

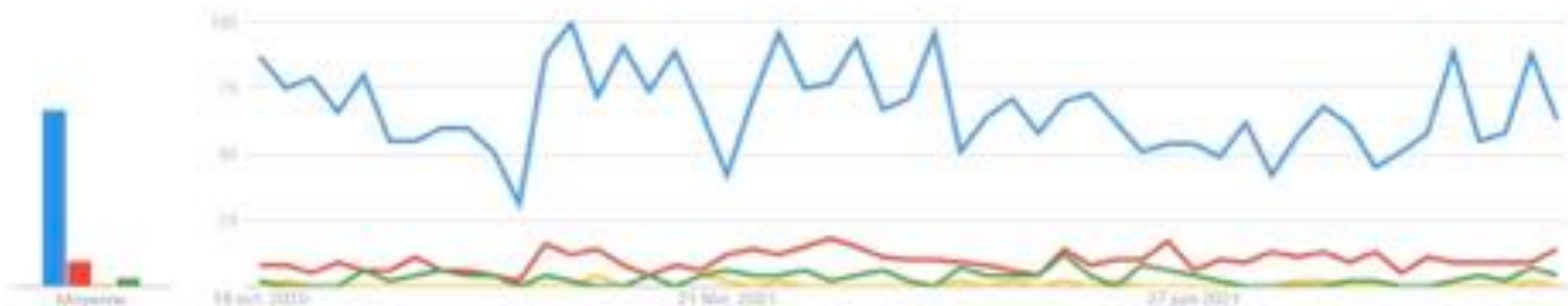
Toutes catégories ▾

Recherche sur le Web ▾

**Remarque :** Cette comparaison contient à la fois des termes de recherche et des sujets, qui sont calculés différemment.

[EN SAVOIR PLUS](#)

Evolution de l'intérêt pour cette recherche ⓘ





# NOVEMBER

**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

\* jeu de mot californien

*intelligence*

model

law

funding

sha | ring

power

**crowd**

marketing

open

innovation

lending

collaboration

sourcing



NOLIMIT





# 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 (11.1-11.11)

成交额 **4982 亿**

\$74.10 billion GMV generated in USD  
All GMV referenced in Renminbi (RMB)

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

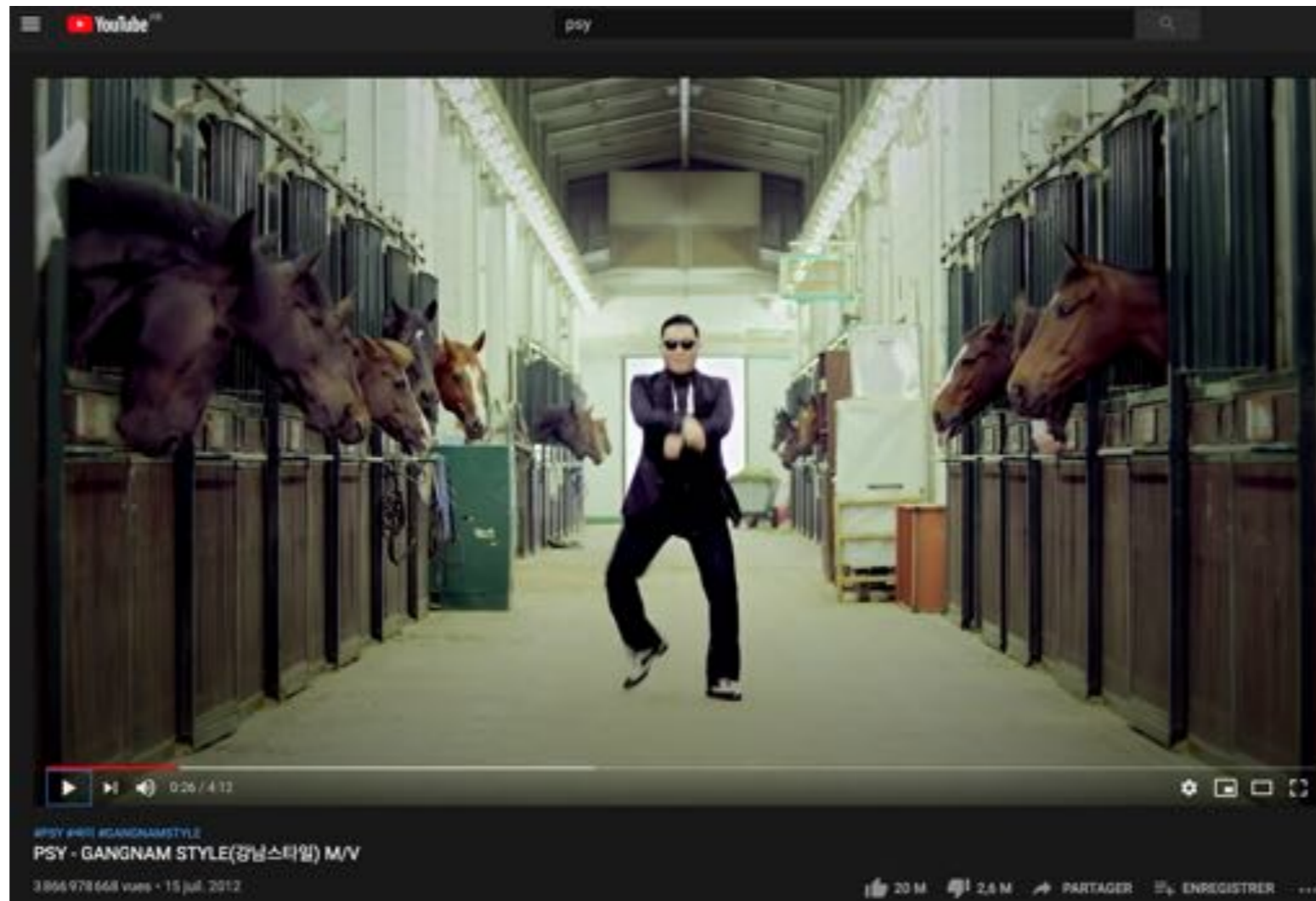
覆盖 1406 个县域的 41 万款农产品

38 万个来自贫困县的店铺加入

AI 消费量达 15 万亿元



PSY 3,9 milliards de  
vues YouTube : 5M€ de  
droit





# Baby Shark



0:10 / 2:16



@pinkfong Kids Music

Bébé Requin Danse | Chante et danse | Animal Songs | PINKFONG Chansons pour les enfants

7256176834 vues · 18 juin 2016

22 M 10 M PARTAGER ENREGISTRER

# 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, PFH, fish



**Numérique**

**Digital**

**Cyber**

1



**LE BUREAU  
DES  
LEGENDES**

2



**LE BUREAU  
DES  
LEGENDES**

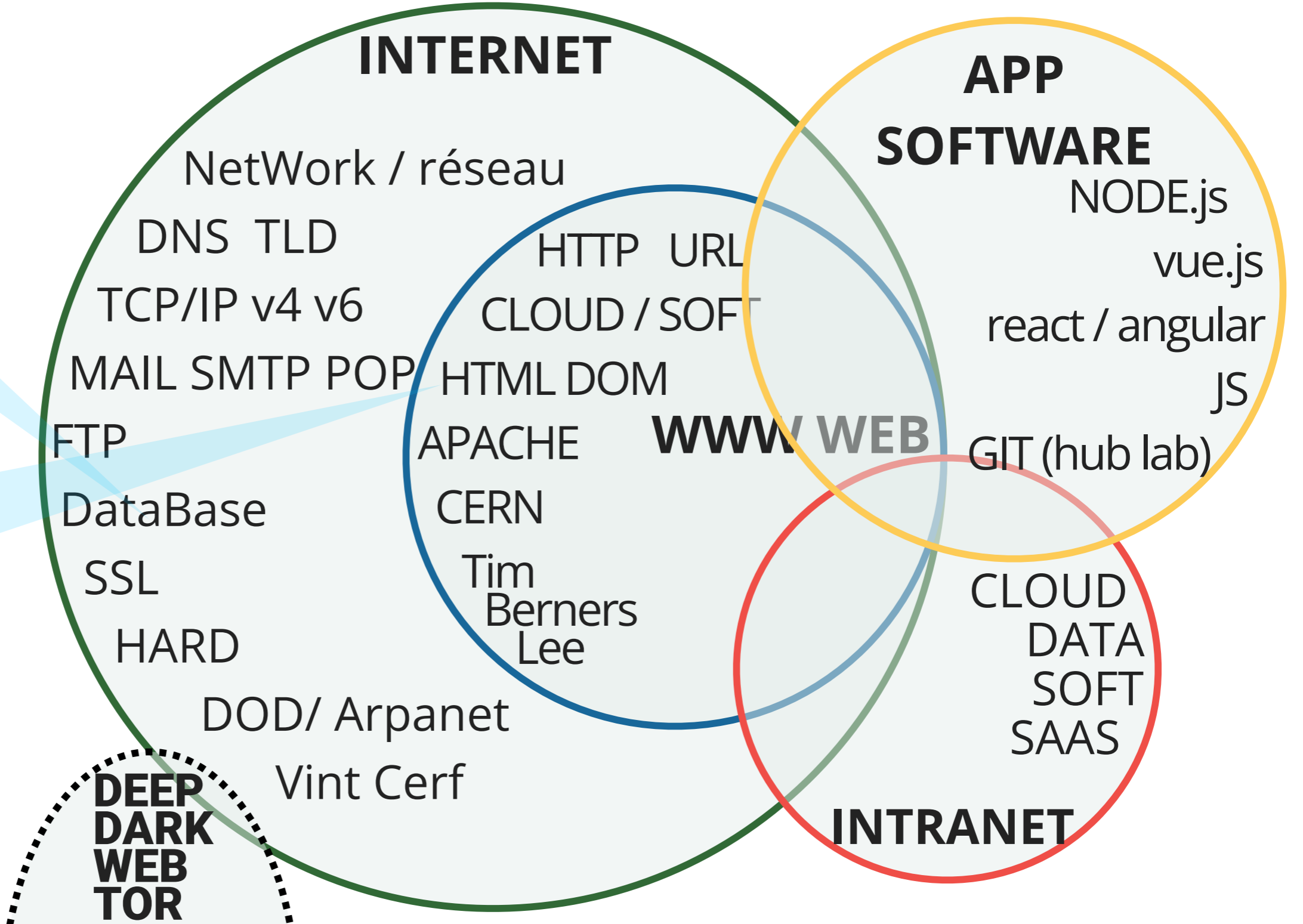
3



**LE BUREAU  
DES  
LEGENDES**

SQL / Postgres  
Oracle  
select  
from  
where  
group  
having  
order

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





**Digital**  
**Numérique**  
**Cybernétique**  
**Éthique**

=

**DATA**  
contrôle

=

**INDIVIDUEL**  
personnalisation

=

**Politique**  
moral

*TOOLS*

“Il n’y a pas d’amour,  
il n’y a que des  
preuves d’amour”



“ Il n’y a pas de digital,  
il n’y a que des  
preuves de digital ”



*Michel Houellebecq*  
La carte  
et le territoire

roman

**PRIX  
GONCOURT  
2010**

Flammarion



SMART

CITY

## Programme



08:30 live **OUVERTURE -  
Electric Days 2020**

Jean-Bernard Lévy, PDG groupe EDF

08:30

08:30



09:05 live **INTERVIEW - Les  
vrais enjeux du changement  
climatique pour l'humanité**

Michelle Bachalet, Haut Commissaire  
ONUS

09:05

09:05



09:35 live **PITCH INNO -  
Inno4graph**

Innovier pour démanteler les réacteurs  
graphite

09:35

09:35



09:35 live **PITCH INNO - Le  
Cloud computing 100 %  
français**

La puissance d'une offre numérique éco-  
responsable

09:35

09:35



09:35 live **PITCH INNO - Le bas  
carbone avec Bel**

Atteindre la neutralité carbone dans  
l'alimentaire

09:35

09:35



09:35 live **PITCH INNO - Projet  
Noor Midelt**

Du solaire pilotable à prix compétitif

09:35

Préparez-vous maintenant votre participation  
au 1er rendez-vous de l'innovation  
du 11 décembre.

Programme  
Innovations  
Intervenants  
Ateliers  
À la demande



# facebook horizon metaverse



**horizon**  
Explore. Play. Create. Together.





**VUCA**

+

## complexity

**Characteristics:** The situation has many interconnected parts and variables. Some information is available or can be predicted, but the volume or nature of it can be overwhelming to process.

**Example:** You are doing business in many countries, all with unique regulatory environments, tariffs, and cultural values.

**Approach:** Restructure, bring on or develop specialists, and build up resources adequate to address the complexity.

## volatility

**Characteristics:** The challenge is unexpected or unstable and may be of unknown duration, but it's not necessarily hard to understand; knowledge about it is often available.

**Example:** Prices fluctuate after a natural disaster takes a supplier off-line.

**Approach:** Build in slack and devote resources to preparedness—for instance, stockpile inventory or overbuy talent. These steps are typically expensive; your investment should match the risk.

HOW WELL CAN YOU PREDICT THE RESULTS OF YOUR ACTIONS?

## ambiguity

**Characteristics:** Causal relationships are completely unclear. No precedents exist; you face "unknown unknowns."

**Example:** You decide to move into immature or emerging markets or to launch products outside your core competencies.

**Approach:** Experiment. Understanding cause and effect requires generating hypotheses and testing them. Design your experiments so that lessons learned can be broadly applied.

## uncertainty

**Characteristics:** Despite a lack of other information, the event's basic cause and effect are known. Change is possible but not a given.

**Example:** A competitor's pending product launch muddies the future of the business and the market.

**Approach:** Invest in information—collect, interpret, and share it. This works best in conjunction with structural changes, such as adding information analysis networks, that can reduce ongoing uncertainty.

HOW MUCH DO YOU KNOW ABOUT THE SITUATION?

+

# VUCA

## **V**OLATILITY

Equity, bond and currency market volatility; the lack of stability and predictability.

## **U**NCERTAINTY

The potential change in the inflation index calculation; the potential switch to "smoothing" for pension funds calculating their recovery plan; the lack of ability to foresee what major changes might come.

## **C**OMPLEXITY

In understanding these financial markets in the era of the "new normal". The proliferation and increasing complexity of new financial instruments and regulation to deal with increasingly complex markets, moving in ways experts have never seen before.

## **A**MBIGUITY


The resulting feeling. Is this the great rotation from bonds to equities? Or will bond yields stay low for longer? What is the best course of action?



# VUCA : NIKE with colin kaepernick



Believe in something.  
Even if it means sacrificing everything.

 Just do it.

# Bob Dylan

BOB DYLAN HIGHWAY 61 REVISITED



# Kendrick Lamar





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  
outil  
militaire  
adaptation  
aux  
conditions

# Volatilité Incertitude Complexité Ambiguïté

4 types de situations qui demandent 4 types de réponses

Généralement non cumulable ou plutôt avec une dominante

Planification agile et adaptative en environnement incertain

Utile pour décider dans un marché marqué par l'une des dominantes

HBR 2014

La planification à trois ans dans un environnement VUCA est impossible tant le nombre d'inconnu est grand : comment « savoir ce qu'il faut faire, quand personne ne sait ce qu'il faut faire »

complète  
bien le  
SWOT

L'adaptation et la capacité à apprendre vite sont cruciaux :

«Every day I'm learning something new" Sir Richard Branson, Founder – Virgin Group

INSPIRING IDEAS AND TALENT  
TECHNOLOGY & INNOVATION

# QrCode



**GRENOBLE  
ECOLE DE  
MANAGEMENT**

TECHNOLOGY & INNOVATION



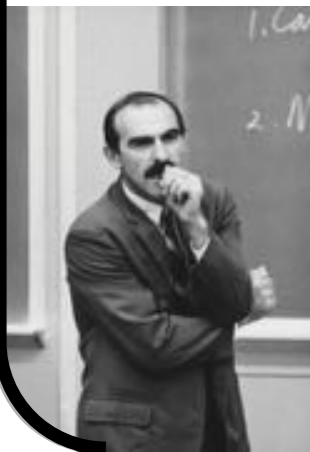
**ACT THINK IMPACT**



# Key TakeAways

ce qu'il faut retenir

# NoLimit dans un monde VUCA



**“People don’t want a quarter-inch drill, they want a quarter-inch hole.”**  
THEODORE LEVITT

SaaS

IaaS

PaaS

Subscription

Rental

Servitization

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

slido

Joining  
a m

#foph

Join

A banner for the Slido website featuring a group of people in a meeting. A man on the right is speaking, and several people on the left are raising their hands. The background is a modern office space with plants and large windows.

Product Use Cases Pricing Resources Log In Sign Up

# Give a voice to your audience

with the ultimate Q&A and polling platform

Get started for free

watch a video or Schedule a demo

sli.do

ou

slido.com

#gem





**Act  
Think  
Impact**



# 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

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

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 Sépard  
38000 Grenoble – France  
+33 4 76 70 60 60  
info@grenoble-em.com

[grenoble-em.com](http://grenoble-em.com)



FOUNDING MEMBER  
**GIANT**  
INNOVATION CAMPUS

**OPH**  
LA FÉDÉRATION

Avec vous, solidaires  
et pour longtemps

**Act  
Think  
Impact**