



INSPIRING IDEAS AND TALENT
TECHNOLOGY & INNOVATION

INNOVATION & DIGITALISATION DES SERVICES

PAR HUBERT KRATIOFF
13 OCT 2021



**GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT**

TECHNOLOGY & INNOVATION



ACT THINK **IMPACT**



Véronique

Laurence

Elisabeth

Julie

Delphine

Hello

Gerald

Hugo

Murat

Maxime



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



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



2017

technology evangelist

full stack marketer

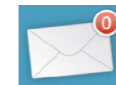
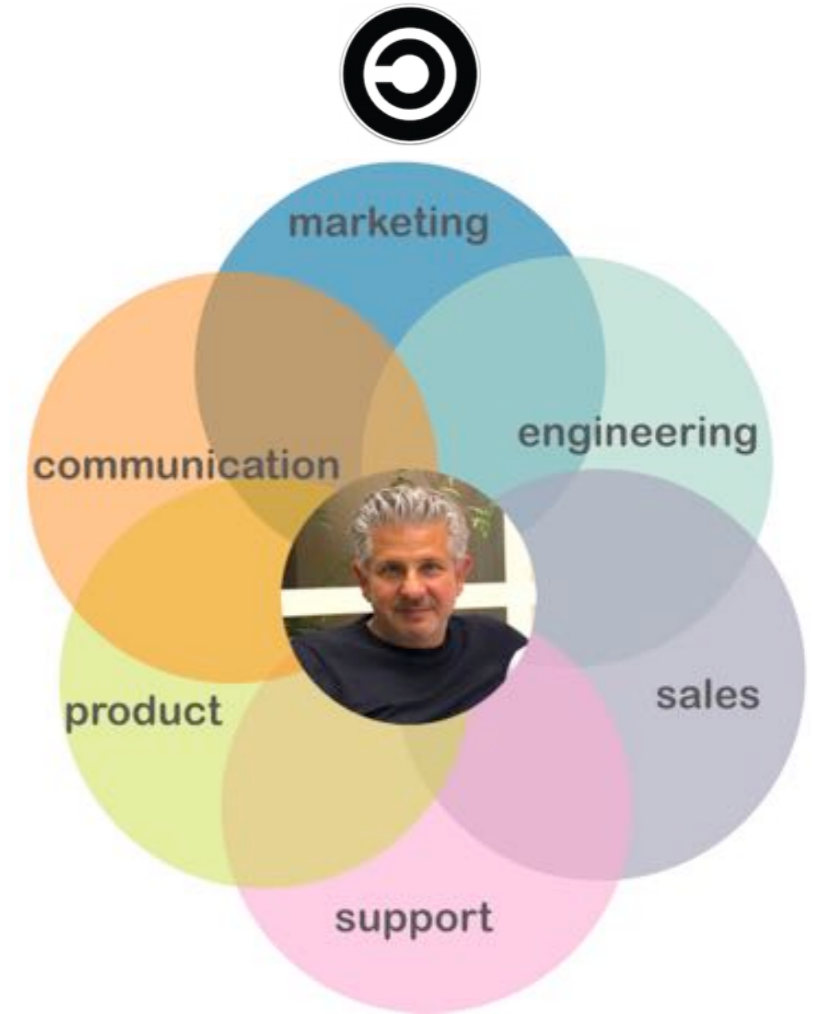
CDDO: chief digital/data officer

DPO: Data Protection Officer

expert **learn marketing, CMI, marcom**

everyday writing, coding & programming

entrepreneur / consultant



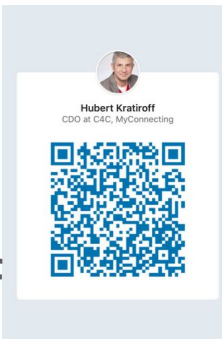
hubert@kratiroff.com



@kratiroff



linkedin.com/in/kratiroff



CX

EX

U

X





your
happiness
is my
business

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



Google

stone chateau lyrics

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	CPA : 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)	CPC : 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	CPCV : Cost per completed view (CPCV = Cost + Completed Views)
ABM : Account Based Marketing	BTC: Bitcoin (NBT)	CPL : Cost per lead
ABT: AB testing	BTF: Below the fold (en dessous du pl, donc invisible ; cf. ATF)	CPM : 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)	CPT : Cost-per-Transaction
ADEX: Ad Exchange platform	BtoG: Business to Government	CPV : Cost per view (see also PPV)
AdTech : Advertising Technology (cf. MarTech)	BtoR : Business to Retail	CR : Conversion rate
ADX: Google DoubleClick Ad Exchange platform	BYOD: Bring your own device (cf. CYOD)	CRM : Customer relationship management
AIDA: Attention Interest Desire Action "First Purchase Funnel"	CAE : Customer Acquisition Cost (ou cycle d'activité client analyse du parcours client)	CRO : Conversion rate optimization
AMA: Ask Me Anything	CAD: communication audiovisuelle dynamique (cf. DOOH & digital signage)	CSAT : Customer Satisfaction Score
AMP : Accelerated Mobile Pages de Google	CCO: Chief Customer Officer	CSR : Corporate social responsibility (RSE)
APP: Application (a program designed to run on mobile devices)	CCU cf. UCC	CSS : Cascading Style Sheets
API : Application program interface (cf. MAPI)	CCD: Cahier des Charges	CTA : Call to action
AR : Augmented Reality (ou RA)	CDJ: customer digital Journey	CoB: Customer to Business (cf. UGC)
ARPU : Average revenu per user	CEO : 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)	CTR : Click Through rate (number of click on an banner)
ASO : App Store Optimization (cf. Search)	CDP: Customer Data Platform (it's more than a DMP and CRM)	CX : Customer experience (including UX)
ASF: Apache Software Foundation	CEM: Customer Experience Management	CYOD : Choose Your Own Device (cf. BYOD)
ASP: Application service provider AssurTech cf. Insurtech	CES : Customer Effort Score	D3.js cf. DDD
AsAdAd: Anytime Anywhere Anydevice	CGI: Computer-generated imagery	DAO : Decentralized Autonomous Organization (blockchain)
AsAdAdC: AsAdAd + AnyContent	CHO: Chief Happiness Officer	DDD : Data Driven Document
ATF: Above the fold (au dessus du pl, donc visible ; cf. BTF)	CLI: command line interface	DDM : data-driven decision management
ATL: above the line (cf. BTL & media)	CLV: Customer Lifetime value	DDS : data-driven strategy
AWD: Adaptive web design (cf. RWD)	CM: Community Manager	DL: Digital Learning
BAT(X) : Baidu Alibaba Tencent Xiaomi (cf. GAFA)	CM: Communication Marketing Intégrée (MCI)	DMECo : Digital marketing exposition and conference (Cologne, DE)
BANT formula: Budget, Authority, Need, Timeline (developed by IBM)	CMO: Chief Marketing Officer	DMP : Data management platform
BAU: Business As Usual	CMS : Content management system	DNS : Domain name system (cf. ICANN & registrar)
BI : Business Intelligence	CNL: Commission Nationale Informatique et Liberté (cf. RGPD)	DNVB : Digital Native Vertical Brand
BMG: Business Model Generation by Alex Osterwalder	COOC: Corporate Open Online Course	DOOH : 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

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

B

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

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

C

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

D

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

F

FBX: FaceBook Ad Exchange
FOBO: Fear Of Best Option

G

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

H

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

I

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

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...

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

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

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

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

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

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

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

M

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)



TOFU: Top of Funnel
TPD: Third-Party Data cf. FPD
TRM: Total relationship management

TRP: Target Rating Point (GRP)
TT: Trending Topics (Twitter)
TMM: time to market

U

UGC: User Generated Content
UI: User interface

UV: Unique visitor
UX: User experience (cf. CX)

V

VC: Venture Capital / capitalist
VM: Viral marketing
VOC: Voice of the customer
VOD: Video on demand
VP: value proposition

VR: Virtual Reality
VRM: Vendor Relationship Management
VU: Visiteur Unique
VUCA: Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity

W

WAU: Weekly active users
WOM: Word of Mouth
WOW: Effet Wahou
WTF: Welcome to Facebook (or What The F***)

WTS: Web To Store (O2O)
WYSIWYG: What you see is what you get

X/Z

XR: Extended reality / Cross Reality cf. VR AR

ZMOT: 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 promoteur 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.

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.

CSAT (Customer Satisfaction Score):
Ratio classique et basique de satisfaction

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.

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%.

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

CTA (Call to Action):
Bouton sur lequel il faut cliquer pour réaliser la conversion.

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%.

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.

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 a une valeur différente).

Communication digitale et média

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

CPA (Coût par action ou acquisition ou achat):
Modèle de tarification de la publicité digitale pour 1000 actions ou conversion (achat, enregistrement...). Montant moyen 10€ par action.

Clic:
Nombre de clic sur un lien ou une image publicitaire.

ROAS (Return on Ad Spend):
Retour sur l'investissement publicitaire cf. ROMI.

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.

CAC (Customer Acquisition Cost):
Prix d'acquisition d'un nouveau client. Division du budget marcom par le nombre de nouveaux clients. Montant moyen: 10€.

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**
 limit trivialities
 trash time wast
 delete dump it

+

URGENCE

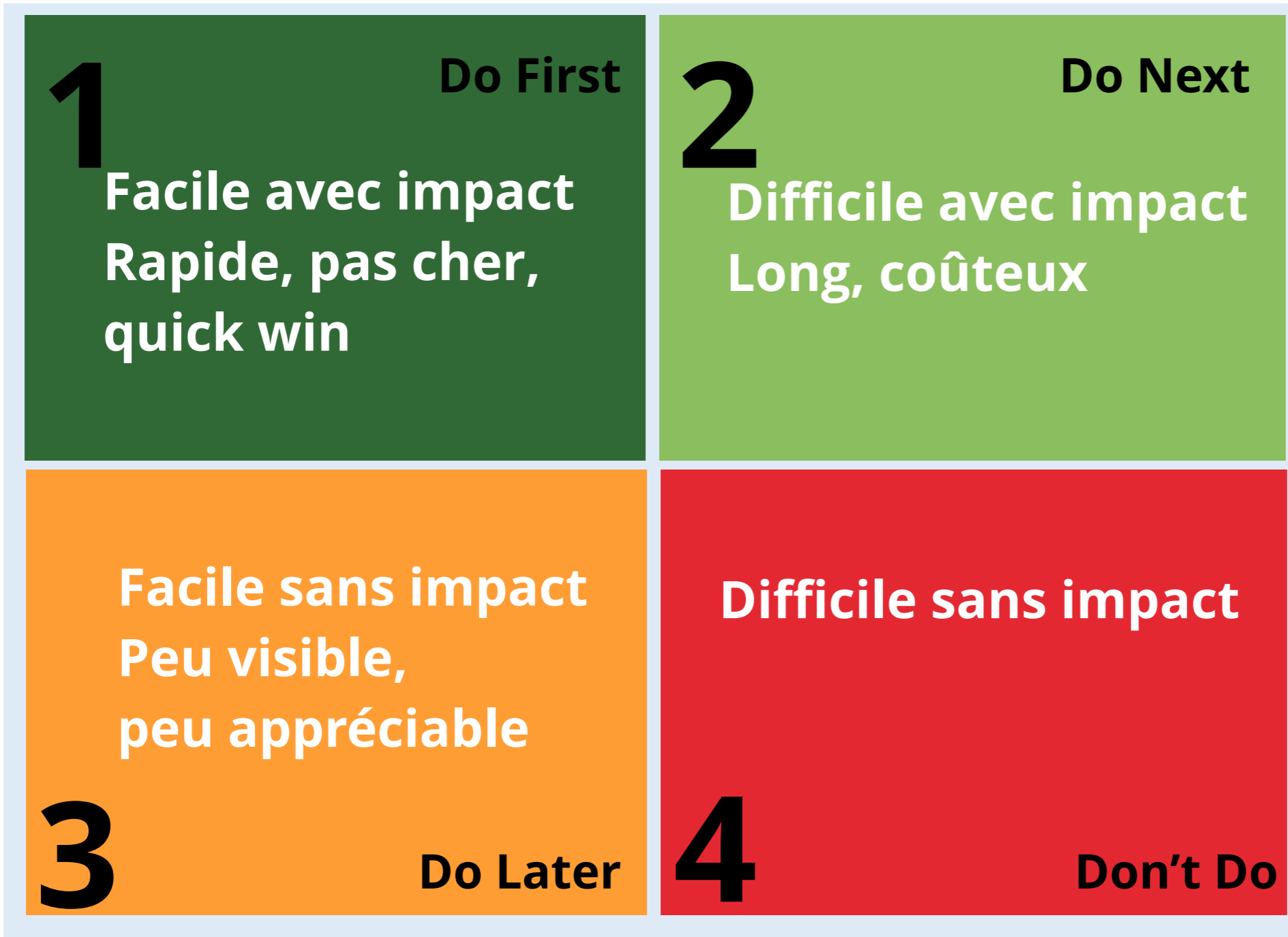
-

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

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

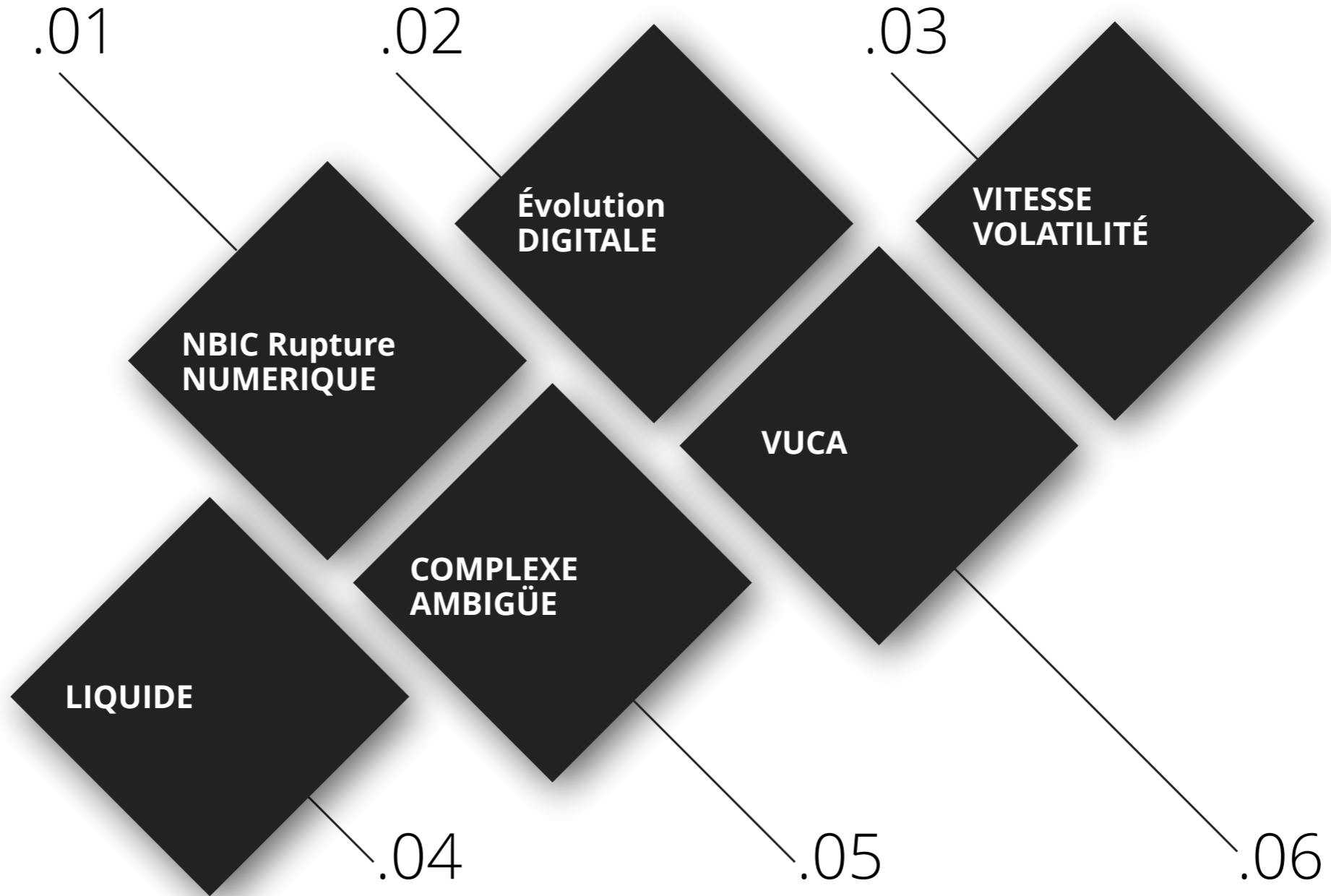
... l'objectif global est la satisfaction des nouveaux utilisateurs en leur offrant une expérience parfaite, fluide, agréable et sans irritant. L'expérience utilisateur est centrale.

UX => CE *

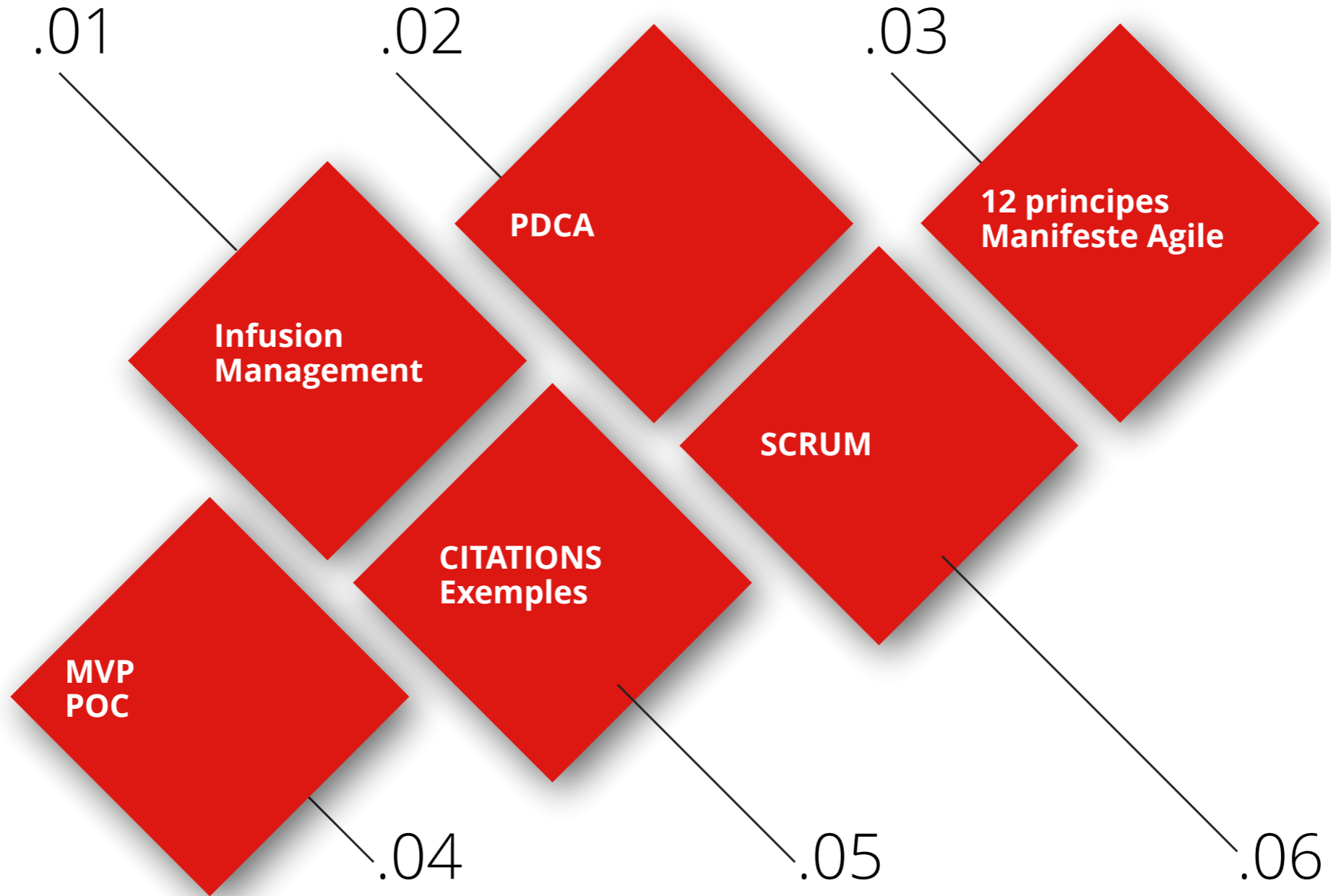
*** user experience
customer engagement**



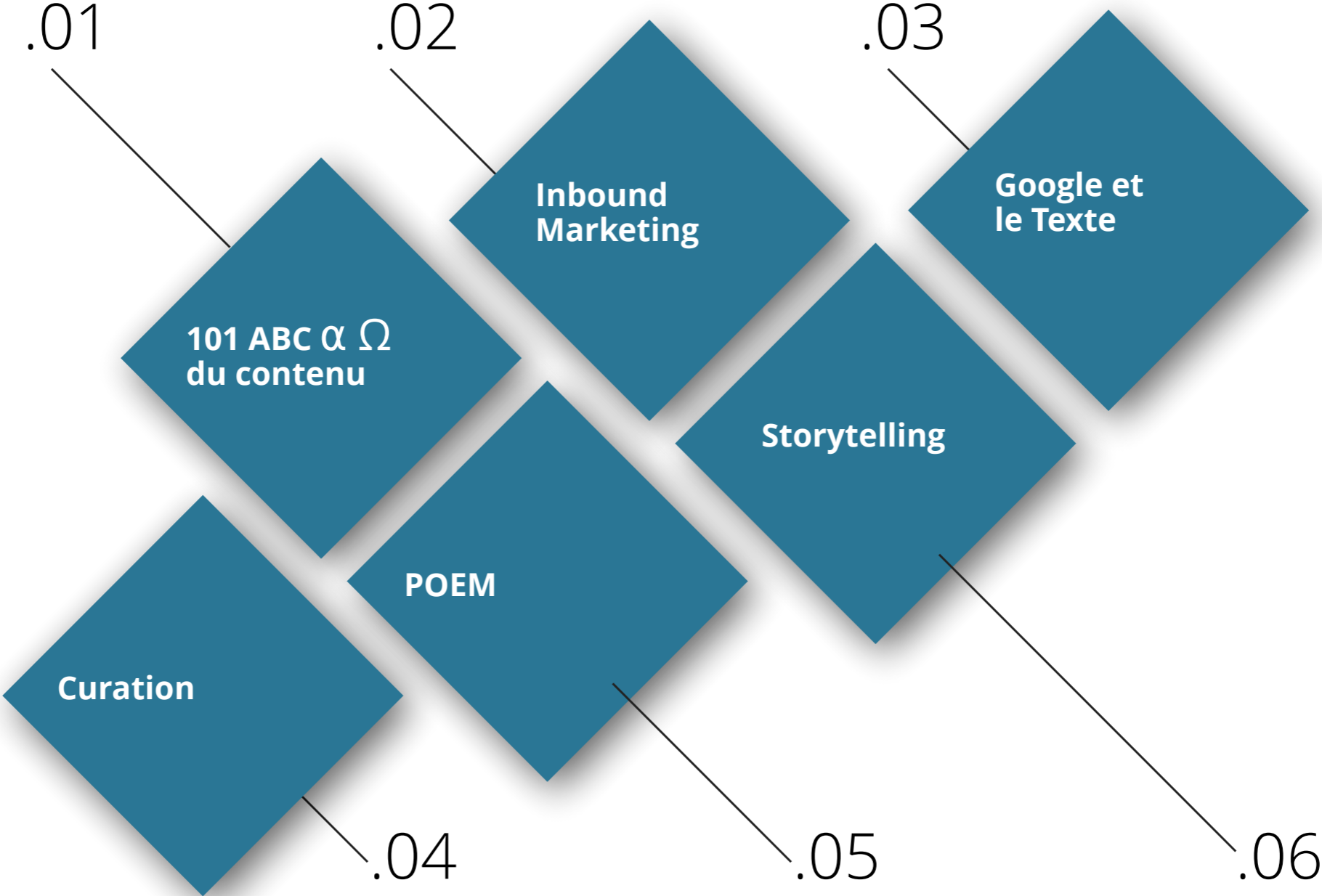
1-NoLimit



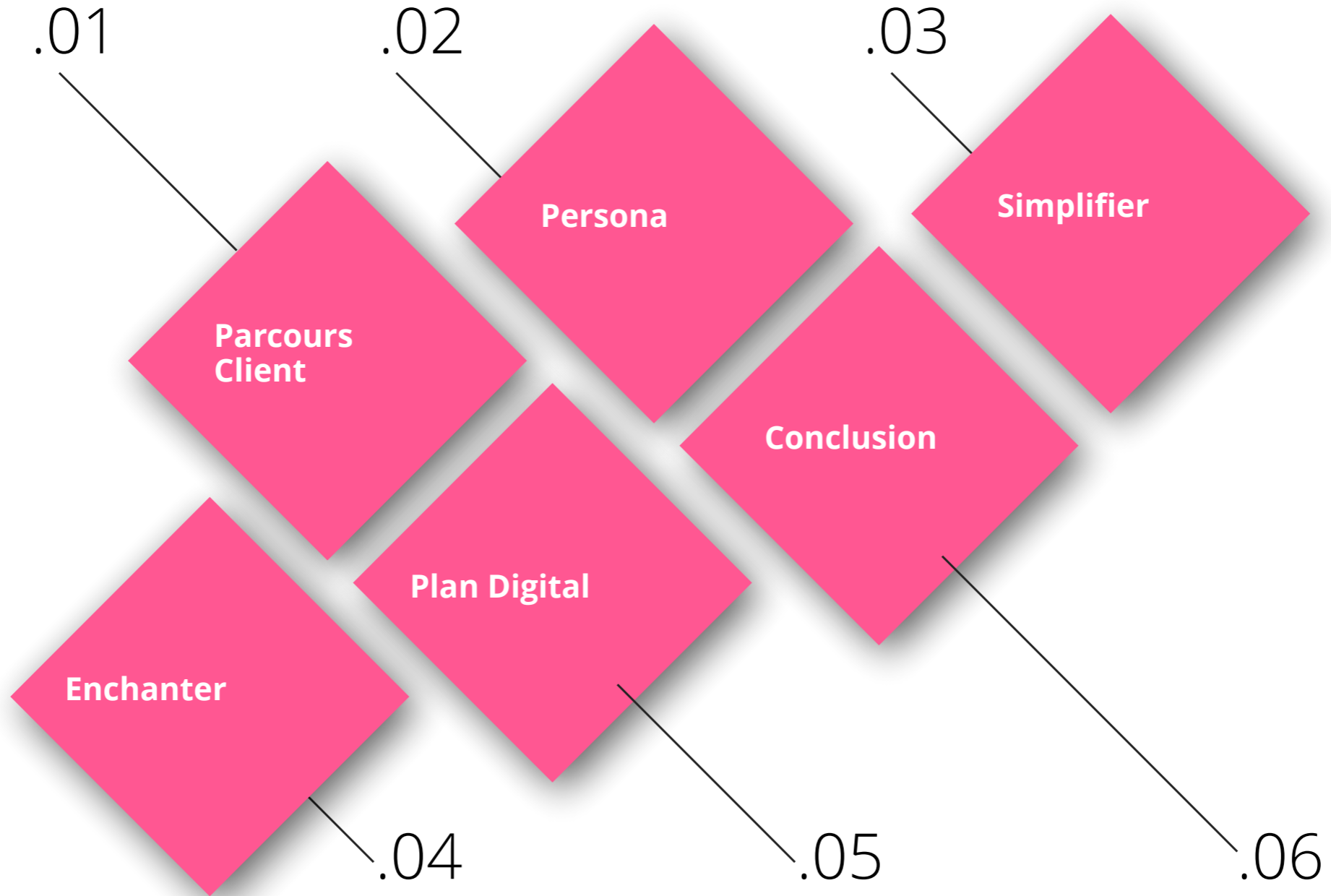
2-Culture



3-Contenu



4-UX



One more thing...



slido

Joining
a m

#GEM

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**
- ▶ **www.beekast.com**
- ▶ **Klaxoon**
- ▶ **Kahoot**
- ▶ **WooClap.com**
- ▶ **www.mentimeter.com/inspiration**



● **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

inolya

Terme de recherche

OIVITIS - Office Pu...

Office public de loqem...

Bourg Habitat - Ag..

Sujet



France ▾

12 derniers mois ▾

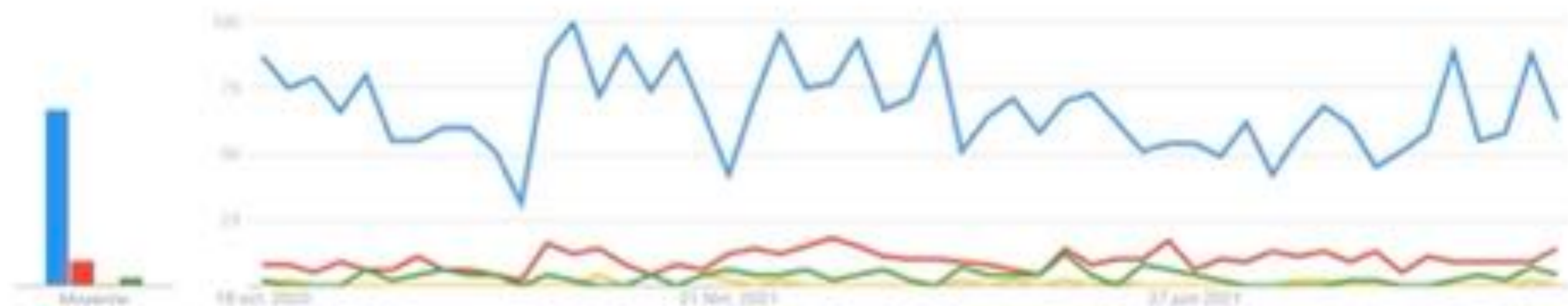
Toutes catégories ▾

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](#)

Évolution de l'intérêt pour cette recherche ⓘ







NO LIMIT
NBIC
VUCA



CULTURE
AGILITÉ
SCRUM



STRATÉGIE
CONTENUS
INBOUND



UX
PARCOURS
CLIENT

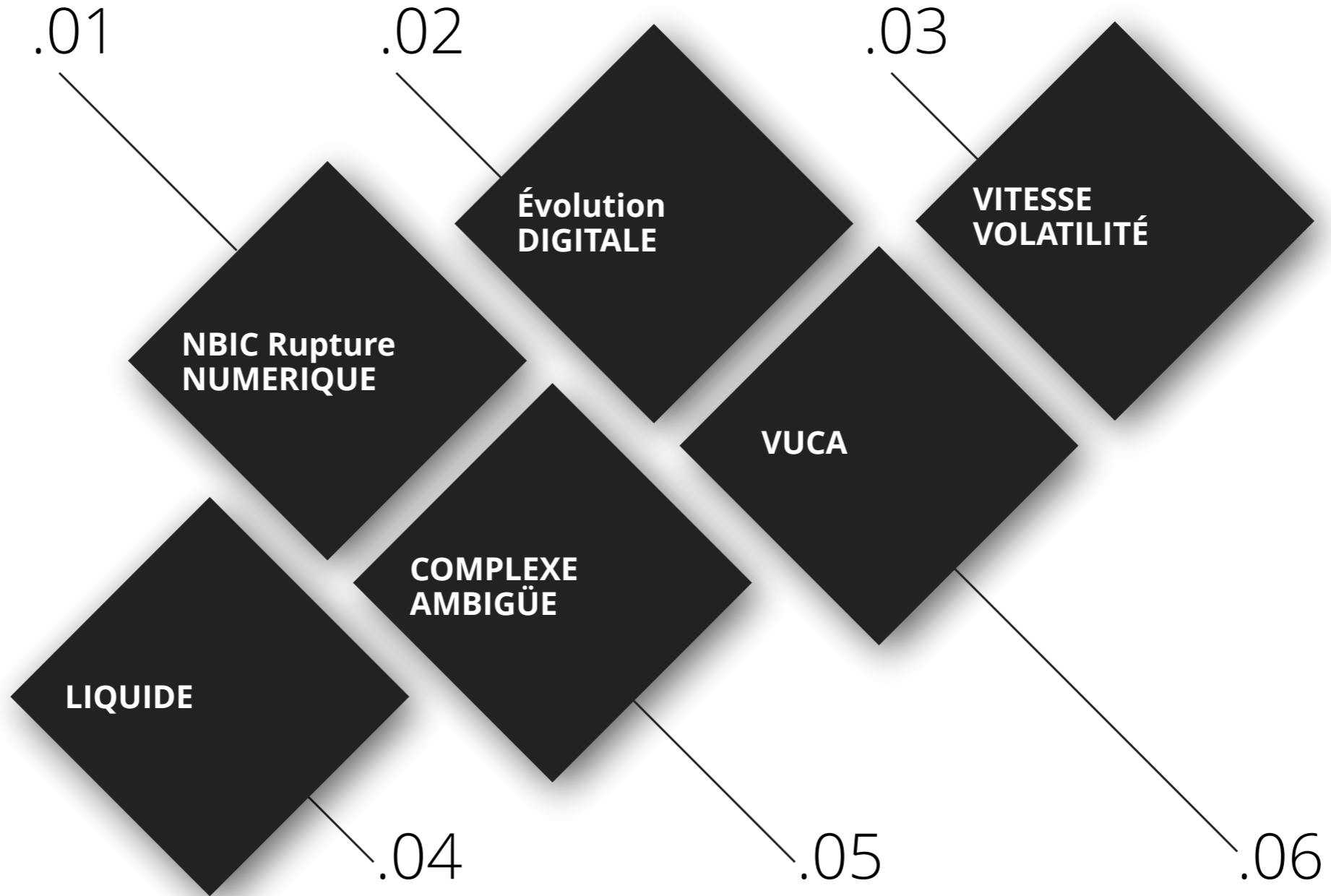
OPH
LA FÉDÉRATION



NOLIMIT



1-NoLimit



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



William Ford Gibson (1948-)
cyberspace noir prophet

4^{ème} révolution industrielle

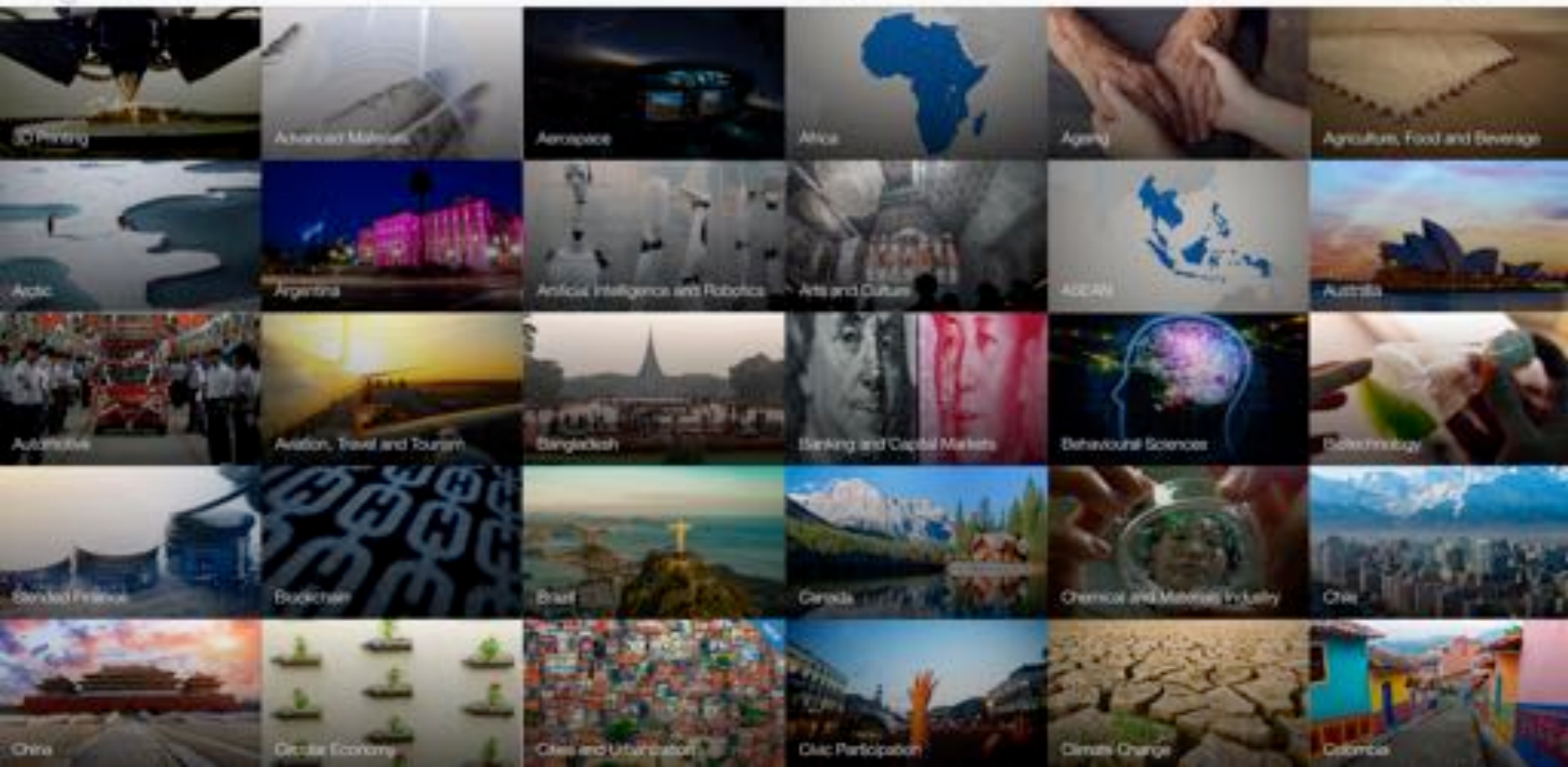
Vapeur + moteur

Électricité

Informatique

IA







3^{ème} 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

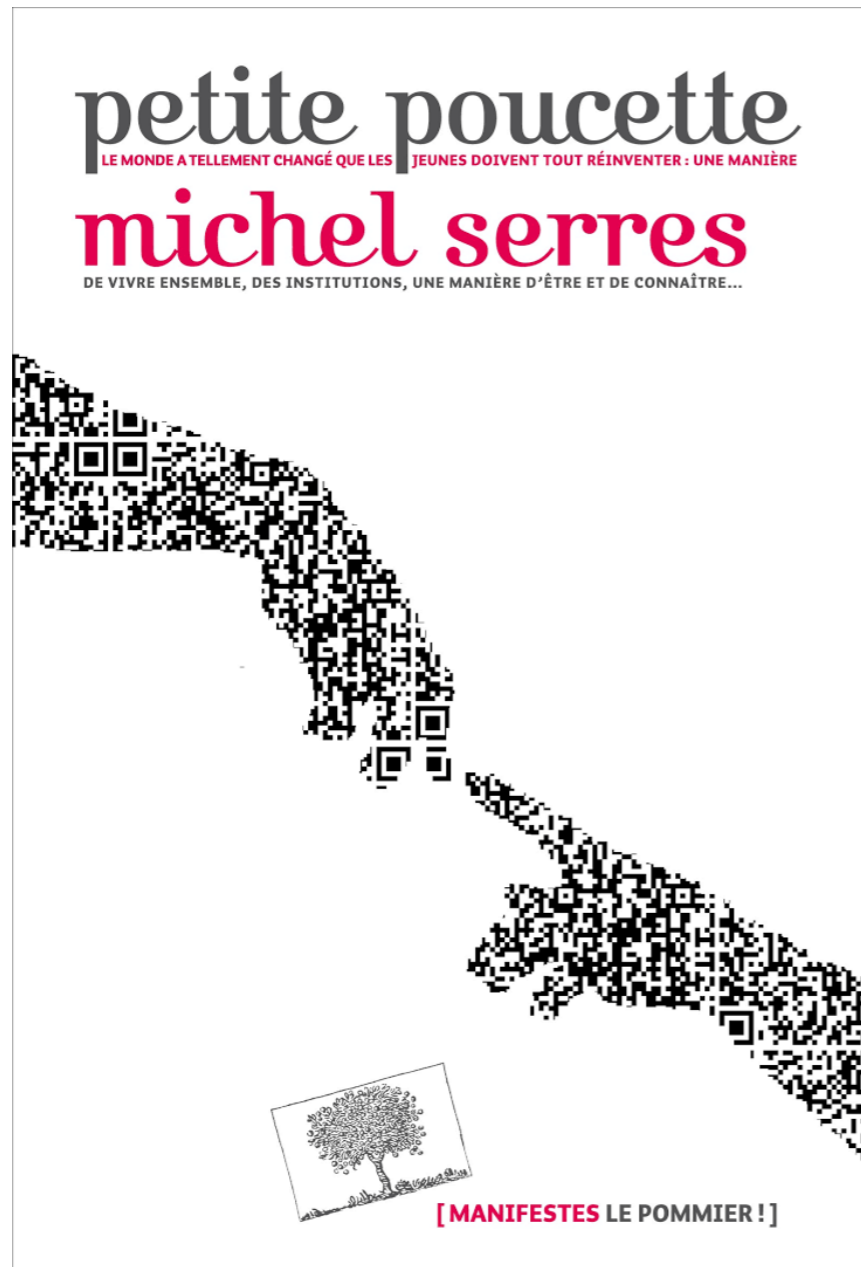
Nano (techno, matériaux, H, graphène)

Bio (techno, mimétisme)

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

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





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

Gutenberg



Zuckerberg Sandberg







/the social dilemma

VINCENT COQUAZ
ISMAËL HALISSAT

LA NOUVELLE GUERRE DES ÉTOILES



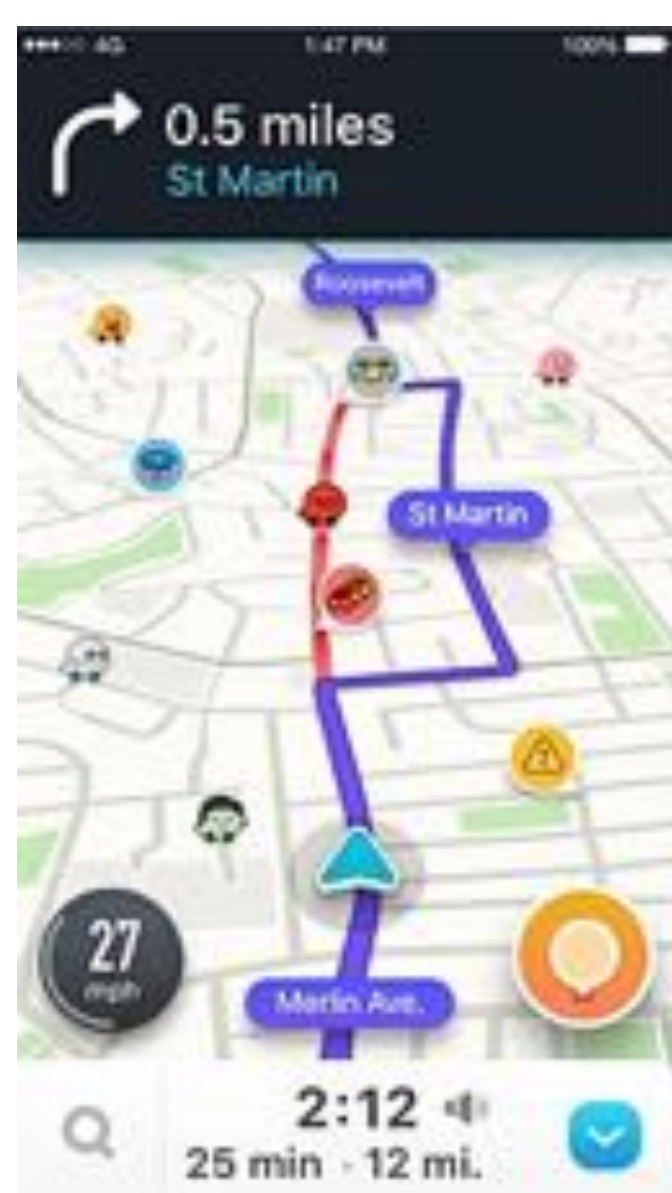
**ENQUÊTE :
NOUS SOMMES
TOUS NOTÉS**

KERO

...

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

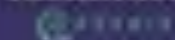
VOUS êtes le produit



JEAN-LOUIS
MISSIKA
PIERRE
MUSSEAU

Des robots dans la ville

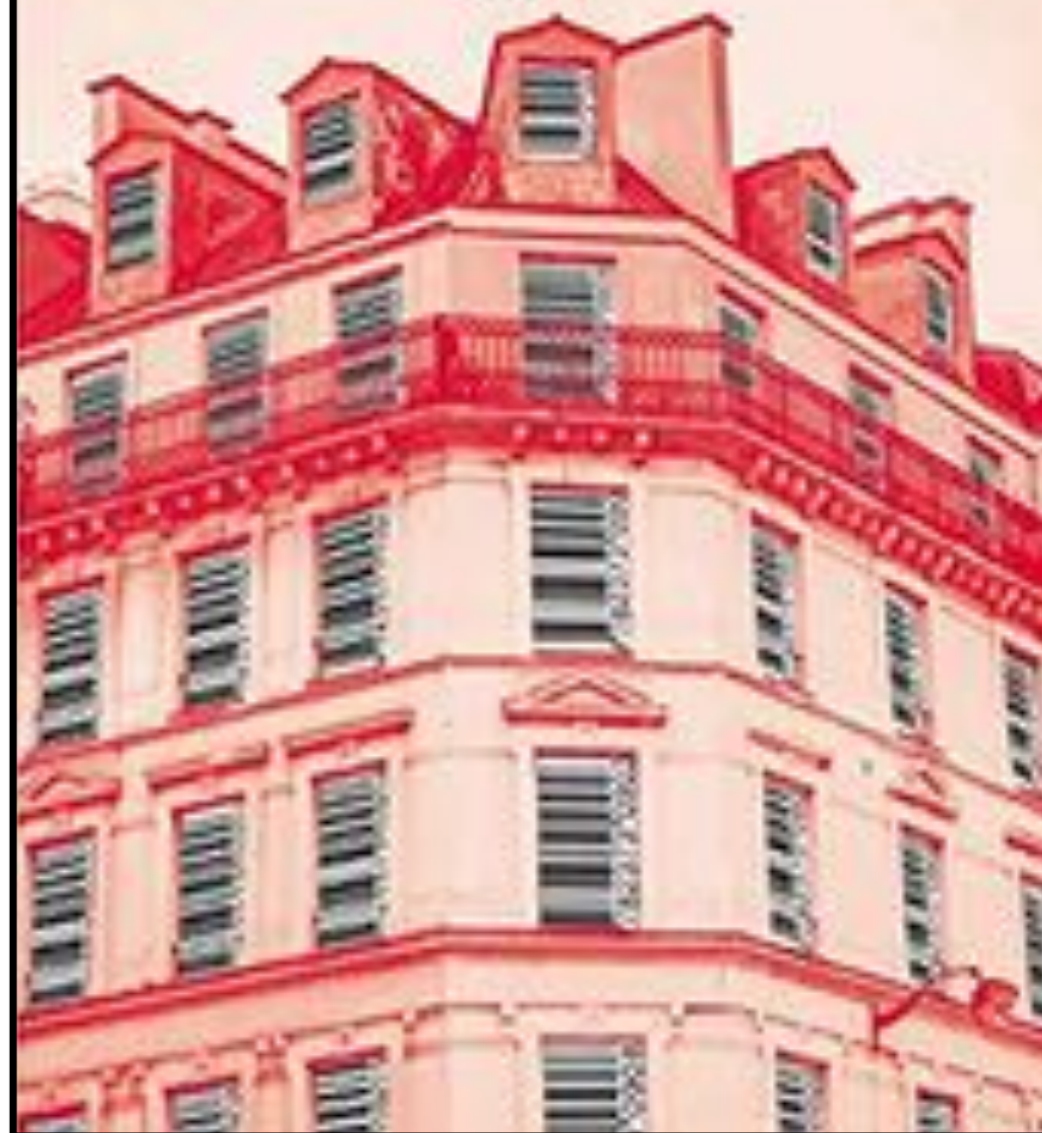
Tallandier



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

airbnb
la ville ubérisée
ian brossat

MAC

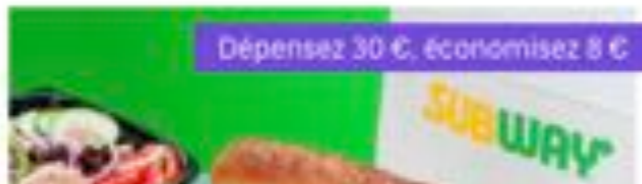


Vos plats préférés, livrés avec Uber

 Saisissez l'adresse de livraison.

[Voir les restaurants](#)

Paris - Livraison de repas





NO LIMIT

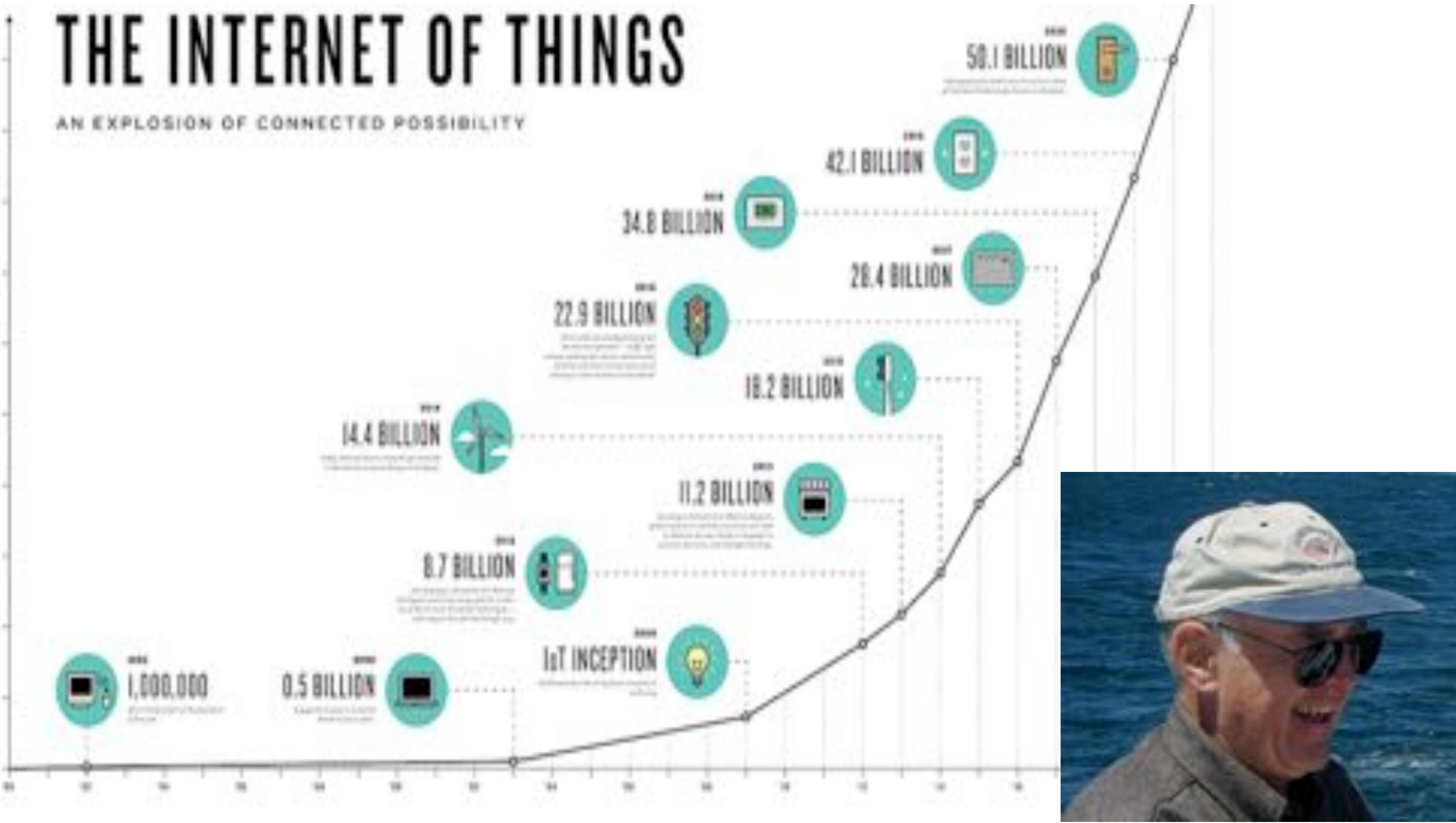
Moore

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

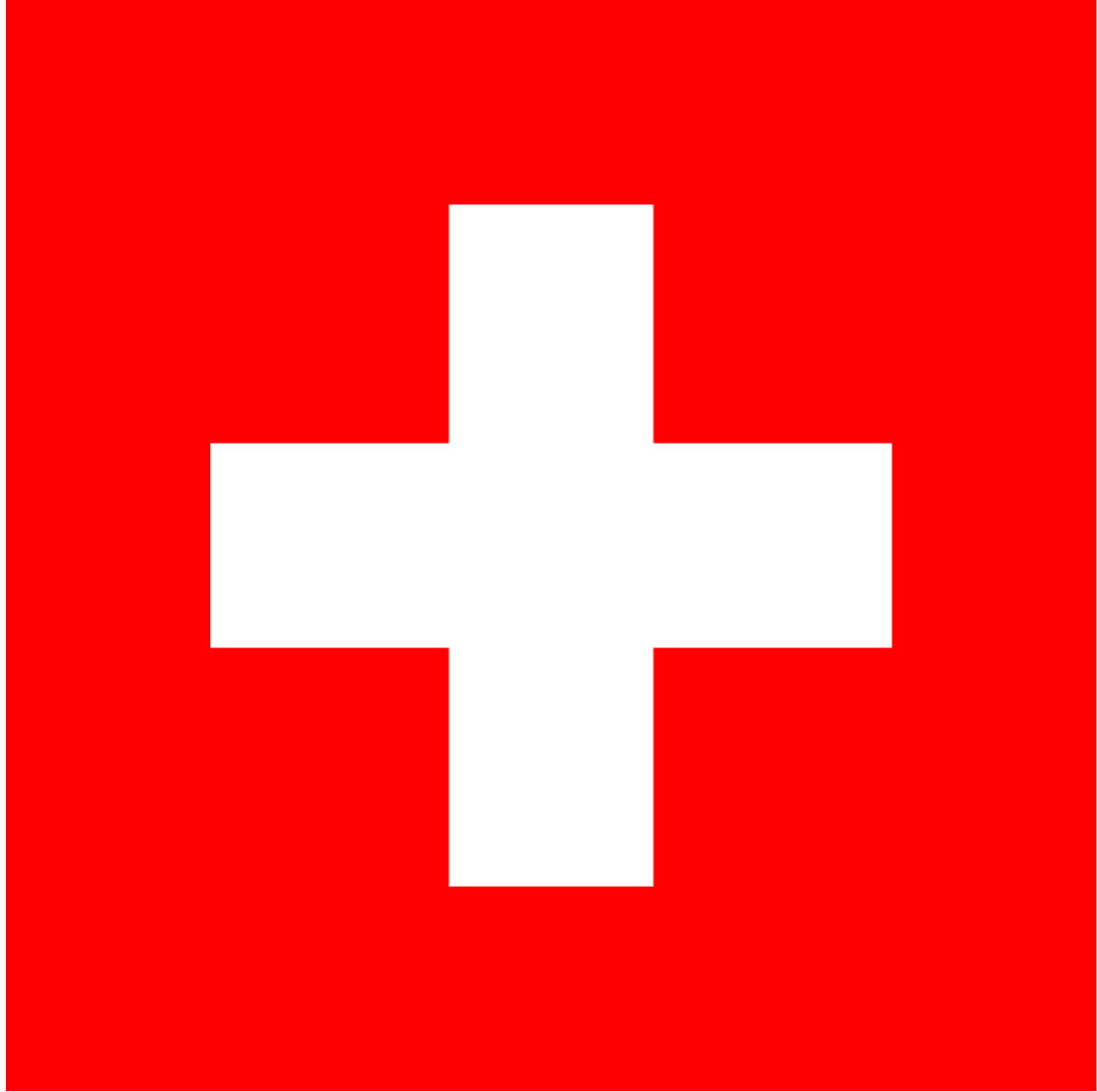


Wisdom



ROLEX





NETFLIX

way

©2006 All Rights Reserved

NETFLIX



Disney





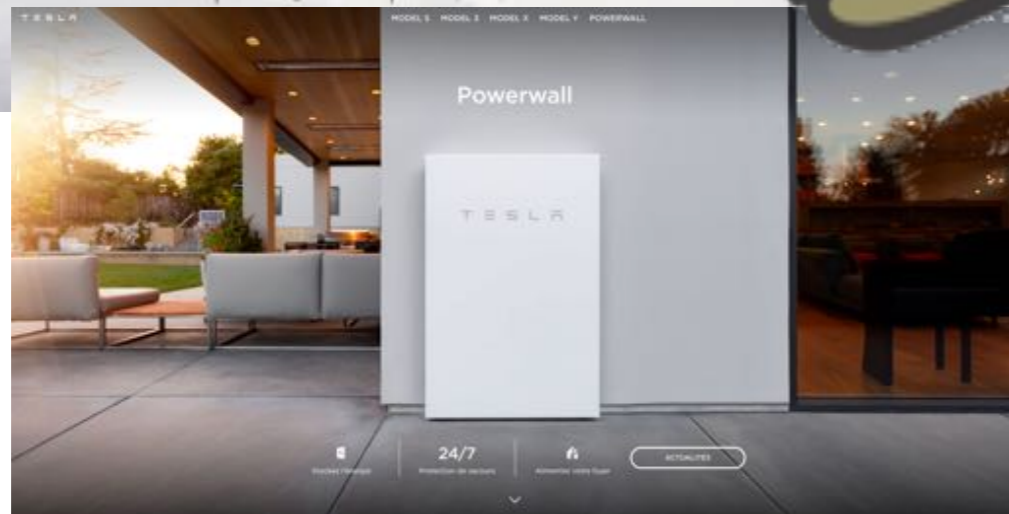
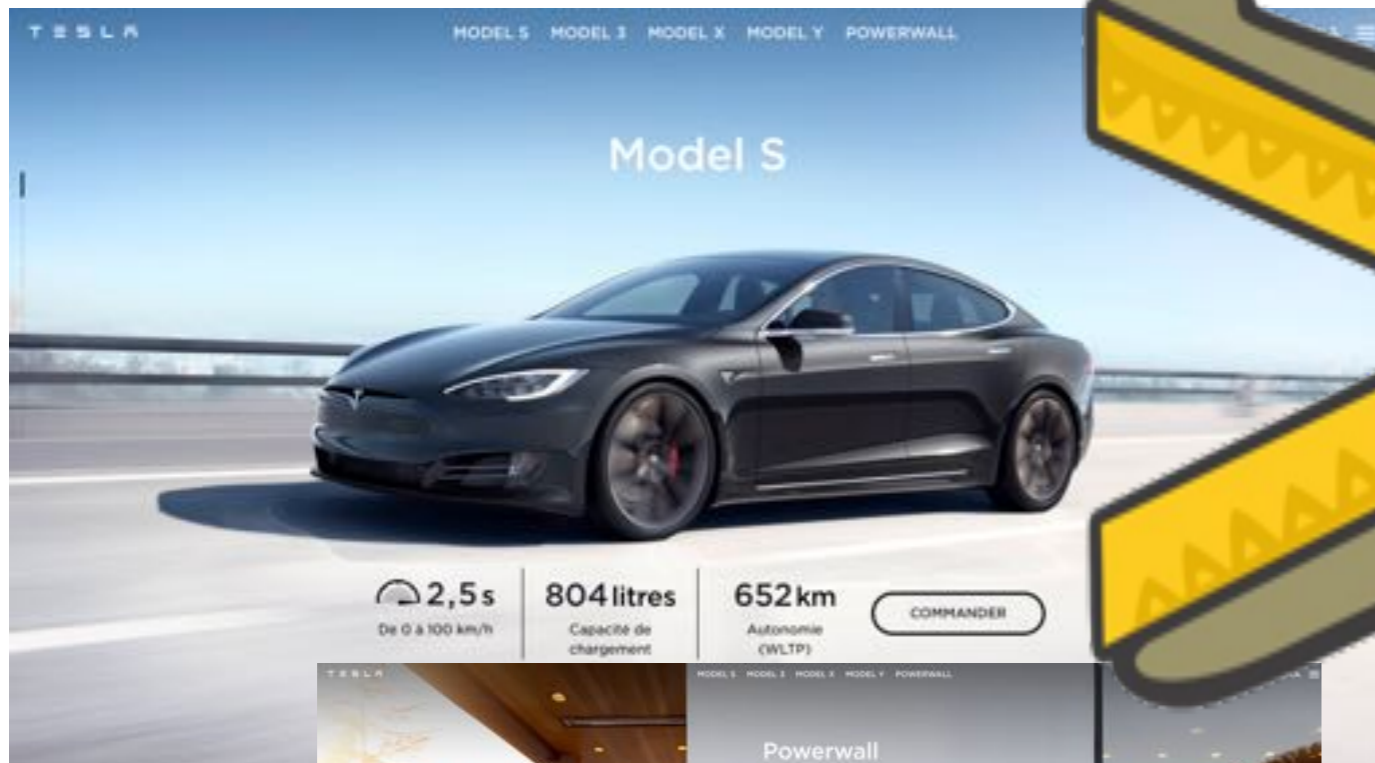
Prime Air

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
10	Ant Financial	150
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 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

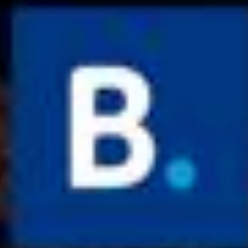
Baidu Alibaba Tencent Xiaomi

B D H

Bytedance DJI Hikvision



THE WORLD LEADER IN ONLINE TRAVEL & RELATED SERVICES



Booking.com

The global technology leader in connecting travelers with the widest choice of incredible places to stay.



Priceline

Offers many ways to save and more deals that anyone else in travel.



KAYAK

The world's leading travel search engine with a mission to help people experience the world by creating their favorite travel tools.



Agoda

A global online accommodation reservations provider, a technology innovator and a high-energy company based in the heart of Asia.



Rentalcars.com

The world's largest online car rental service.



OpenTable

The world's leading provider of online restaurant reservations.



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.

	2006	Brand Value 2006 \$Mil.	2017	Brand Value 2017 \$Mil.
1	 Microsoft	62,039		245,581
2		55,834		234,671
3		41,406	 Microsoft	143,222
4	 中国移动 China Mobile	39,168		139,286
5		38,510		129,800
6	Walmart 	37,567	 AT&T	115,112
7		37,445		110,999
8		36,084		108,292
9		31,028		102,088
10		30,201	 McDonald's	97,723



NO LIMITS





WORLD
MAD



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



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







INTRODUCING
amazon go

YouTube



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





NEWSLET

gov

water

ed

ag

food

travel

legal

civic

insur

-TECH

med

mar

prop

green

fin

deep

ad

thingonomics (IOT)

GIG

expectation

new

blue

economics

sha | ring

micro

macro

offre **economy**

gift

neuro

platform

nudge

barter

collaborative

attention

comportementale

market



intelligence

model

law

funding

sha | ring

power

crowd

marketing

open

innovation

lending

collaboration

sourcing



NO LIMIT



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

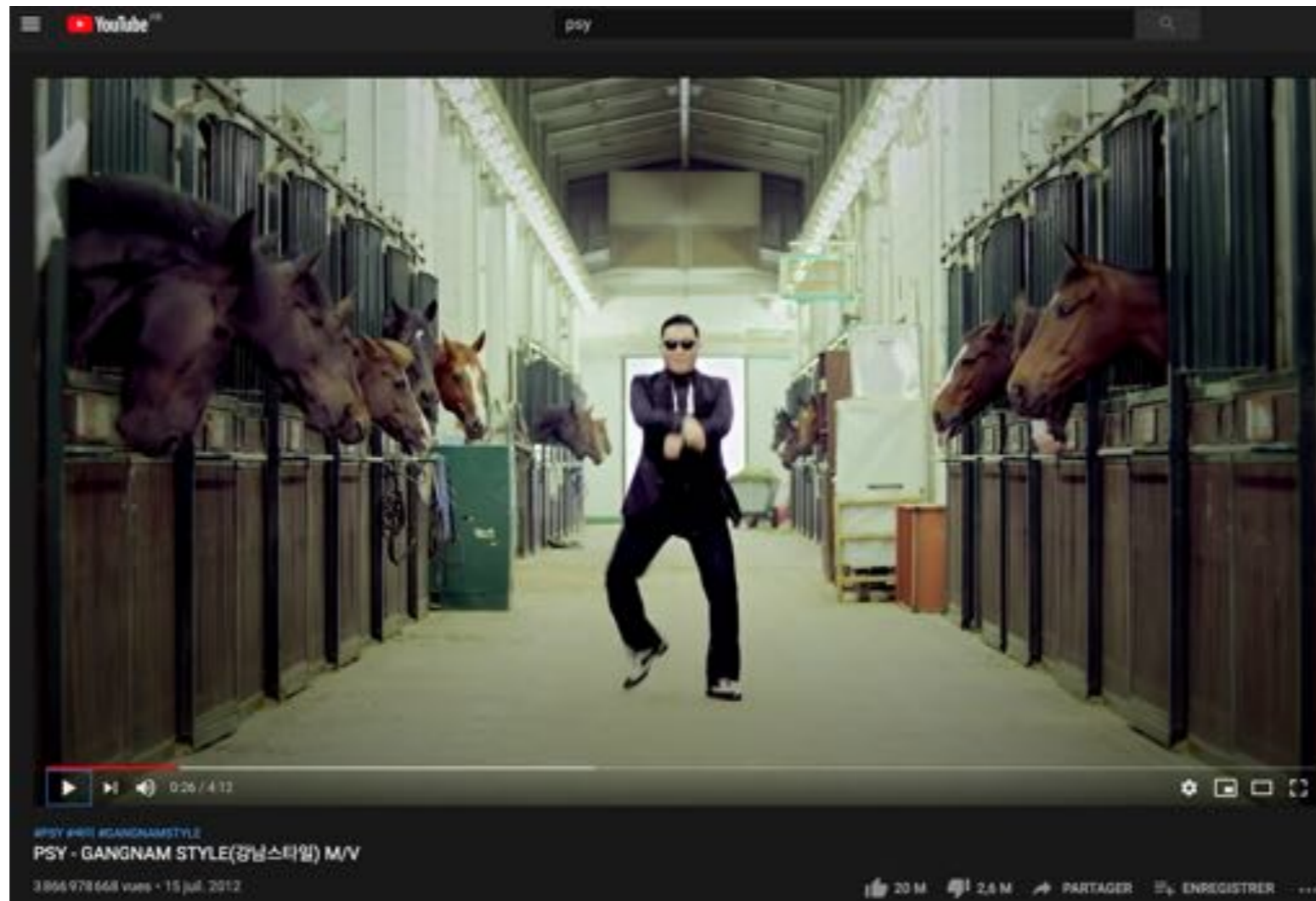
210 万线下小店参与

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](#) [Real 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



Numérique

Digital

Cyber

1



**LE BUREAU
DES
LEGENDES**

2



**LE BUREAU
DES
LEGENDES**

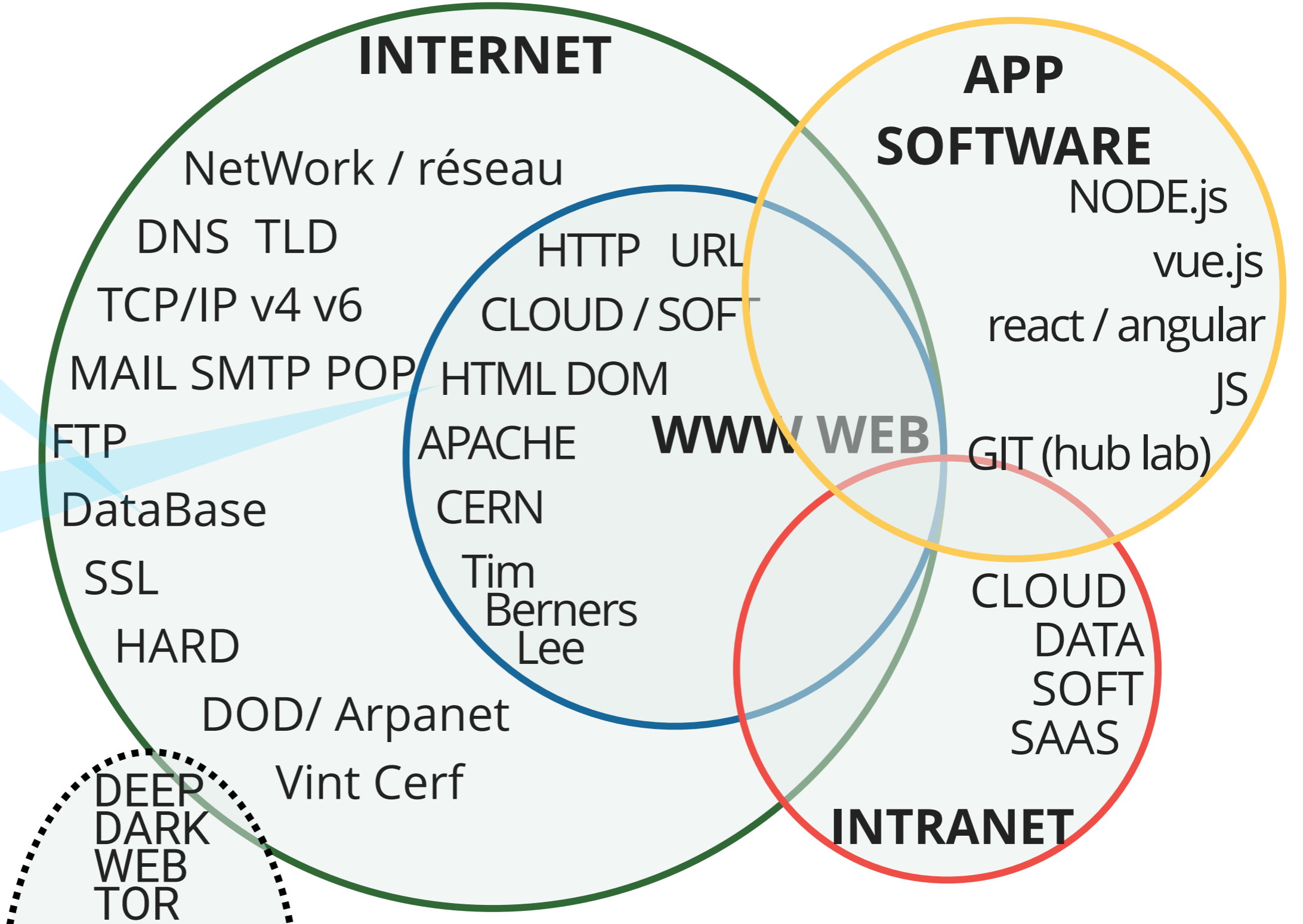
3



**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



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

VOLATILITY

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

UNCERTAINTY

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.

COMPLEXITY


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.

AMBIGUITY


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

HBR 2014

complète
bien le
SWOT

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

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 »

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

slido

Joining
a m

#foph

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

