



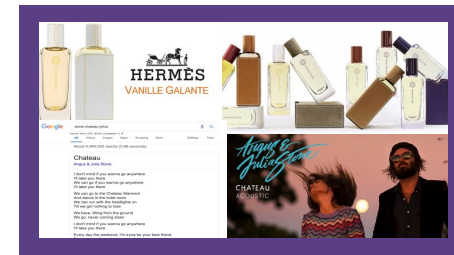
technology evangelist

full stack marketer  
CDDO: chief digital/data officer  
DPO: Data Protection Officer  
expert learn marketing, CMI, marcom  
everyday writing, coding & programming  
entrepreneur / consultant



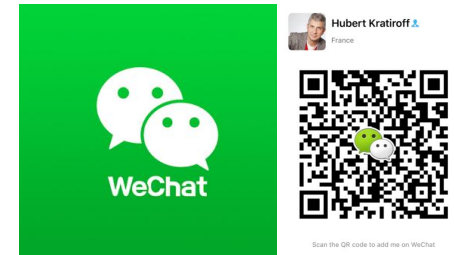
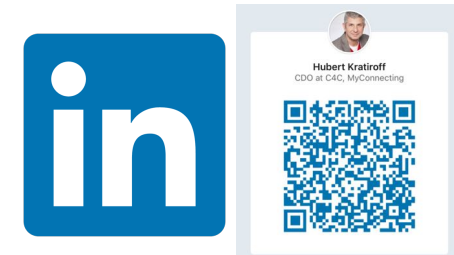
your happiness is my business

Aphorisme de Hubert Kratiouff  
inspiré par Paul Dubrule / Gérard Pélissier



experience phygitale N°1

OMNISCANAL



### Les acronymes du marketing moderne

Les acronymes du marketing moderne

ACTHINK IMPACT

### Les 150 définitions Conférence NoLimit

Les 150 définitions Conférence NoLimit

ACTHINK IMPACT

### Lesique

Service agile en Digital Business

ACTHINK IMPACT

### Lesique

Service agile en Digital Business

ACTHINK IMPACT

### Marketing Metrics (Analytics & KPI)

Marketing Metrics (Analytics & KPI)

ACTHINK IMPACT

# Act Think Impact

ACTHINK IMPACT

### Matrice de Dwight Eisenhower (34th)

Matrice de Dwight Eisenhower (34th)

do delay/defer delegate delete

ACTHINK IMPACT

### Matrice de FOPH

Matrice de FOPH

ACTHINK IMPACT

### IMPACT

IMPACT

OPH LA FEDERATION

technology evangelist

hubs@openvent.com

ACTHINK IMPACT

### La définition du mot "Crise" en chinois

La définition du mot "Crise" en chinois

危机

DANGER OPPORTUNITE

ACTHINK IMPACT

### #neWWorld

#neWWorld

ACTHINK IMPACT

- 1 NOLIMIT NBIC VUCA
- 2 CULTURE AGILITE SCRUM
- 3 STRATEGIE CONTENUS INBOUND
- 4 UX PARCOURS CLIENT

ACTHINK IMPACT

### OPH LA FEDERATION

OPH LA FEDERATION

ACTHINK IMPACT

### StoryTelling NoStory : NoBusiness

StoryTelling NoStory : NoBusiness

ACTHINK IMPACT

- 1 Description de l'évolution de l'écosystème, des technologies, ce nouveau monde, sans limite, va vite, s'étendre 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 engager de nouveaux salariés qui cherchent de nouvelles valeurs dans...
- 3 ... le contenu éditorial des 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

ACTHINK IMPACT

- 1 Description de l'évolution de l'écosystème, des technologies, ce nouveau monde, sans limite, va vite, s'étendre 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 engager de nouveaux salariés qui cherchent de nouvelles valeurs dans...
- 3 ... le contenu éditorial des 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.

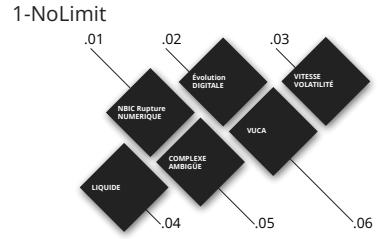
\* user experience customer engagement

ACTHINK IMPACT

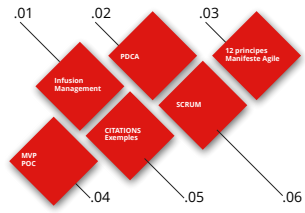
- 1 Description de l'évolution de l'écosystème, des technologies, ce nouveau monde, sans limite, va vite, s'étendre partout et dans tous les aspects de la vie. De nouveaux outils d'analyse s'imposent avec...
- 2 ... l'agilité pour l'adaptation interne à cette nouvelle économie. Ce changement de culture est primordial pour rester compétitif et engager de nouveaux salariés qui cherchent de nouvelles valeurs dans...
- 3 ... le contenu éditorial des 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.

\* user experience customer engagement

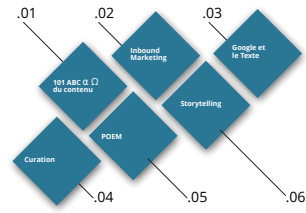
ACTHINK IMPACT



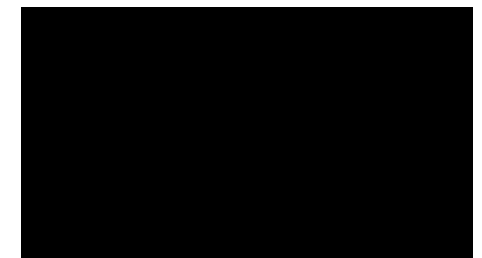
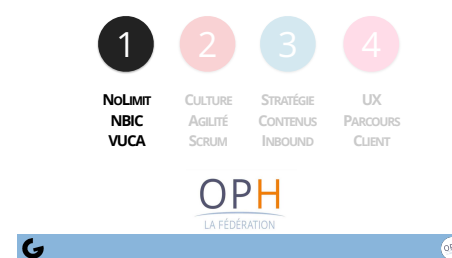
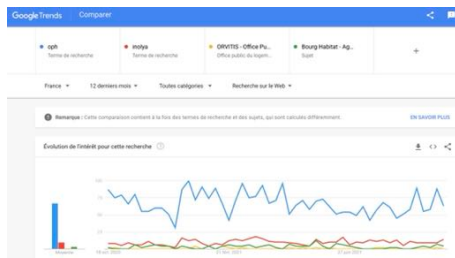
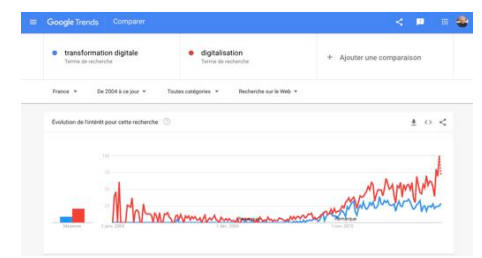
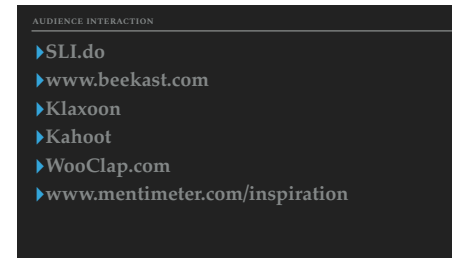
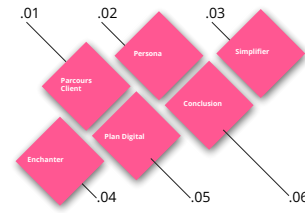
## 2-Culture



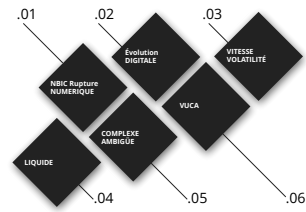
## 3-Contenu



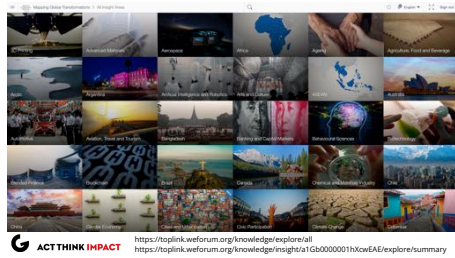
## 4-UX



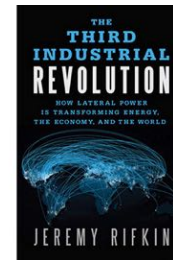
## 1-NoLimit







ACTTHINK IMPACT <https://toplink.weforum.org/knowledge/explore/all>  
<https://toplink.weforum.org/knowledge/insight/a1G8o00001hXcwEAE/explore/summary>



**NBIC**

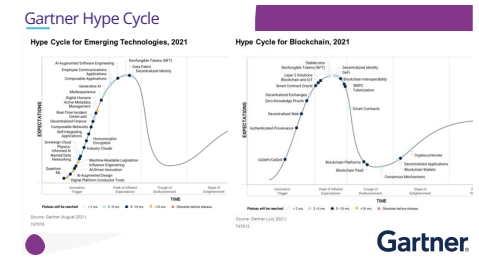
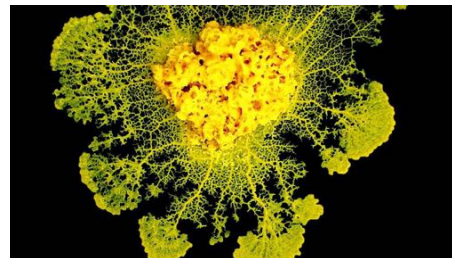
**Nano** (techno, matériaux, graphène, H)

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

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

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

IKB79



**WorkShop**

**Les 9 tendances technologiques Gartner.**

- 1/ L'internet des comportements «Internet of Behaviors» qui découle de l'«Internet of Things»
- 2/ L'expérience totale : multixpérience (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**

People centricity	Location independence	Resilient delivery
Internet of Behaviors	Distributed Cloud	Intelligent Composable Business
Total Experience Strategy	Anywhere Operations	AI Engineering
Privacy-enhancing Computing	Cybersecurity Mesh	Hyperautomation

**Combinatorial Innovation**

**Les 9 tendances technologiques Gartner.**

**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 738310\_C

**Gartner**

**WorkShop**

**Les 9 tendances technologiques**

Gartner a dévoilé les 9 tendances technologiques qui mettent en évidence les opportunités et les moyens pour les entreprises de se différencier de leurs concurrents dans un contexte inédit.

« 2020 a été marquée par la disruption ». Une année qui a forcé les entreprises à se réinventer, à pivoter et à explorer de nouvelles pistes.

L'internet des comportements : La première tendance dévoilée par Gartner est l'«Internet of Behaviors» qui découle de l'«Internet of Things».

L'expérience totale combine des disciplines traditionnellement disjointes telles que la multixpérience (MX), l'expérience client (CX), l'expérience employé (EX) et l'expérience utilisateur (UX).

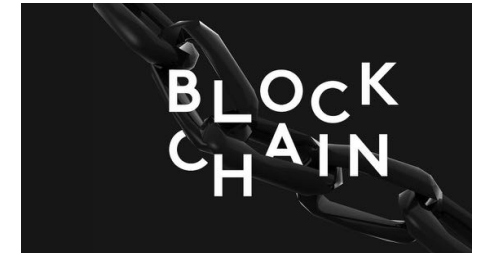
L'agilité des entreprises : une entreprise qui peut s'adapter et se réorganiser fondamentalement en fonction de la situation actuelle. Selon Gartner, les entreprises devront en 2021 donner un meilleur accès à l'information, compléter cette information par une meilleure connaissance et avoir la capacité de répondre rapidement aux implications de cette connaissance.

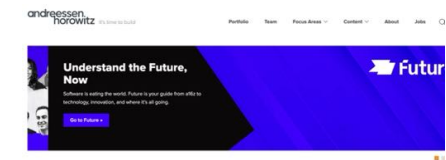
L'ingénierie de l'intelligence artificielle sans l'ingénierie de l'IA, la plupart des sociétés ne parviendront pas à faire passer les projets d'IA du stade de la preuve de concept et des prototypes à celui de la production à grande échelle.

**Gartner**

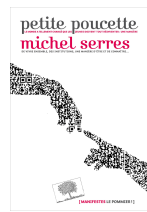


**diem**





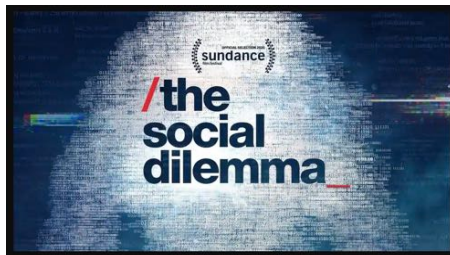


Software is eating the world  
WEB 1.0 → 3.0



Michel SERRES	Luc FERRY
-3000 écriture	1800 Vapeur
1450 imprimerie/chiffre	1900 Électricité
2000 NBIC	2000 NBIC

Gutenberg	Zuckerberg Sandberg
	

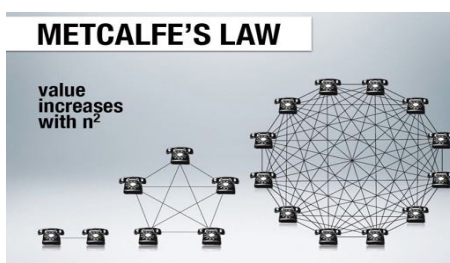
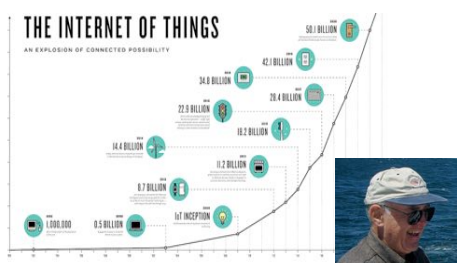


...  
si vous ne payez rien,  
c'est que  
VOUS êtes le produit

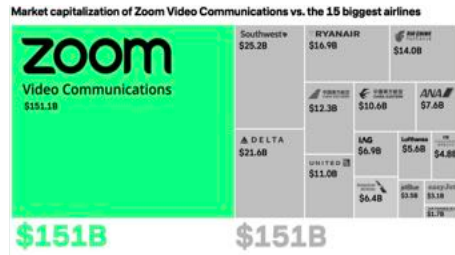
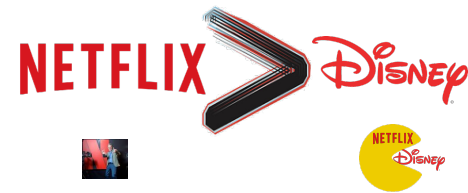
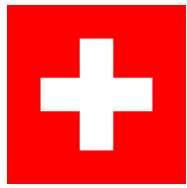
	<p>JEAN-LOUIS MISSIKA PIERRE MUSSEAU</p> <p>Des robots dans la ville</p> <p>COMMENT LES VOITURES AUTONOMES VONT CHANGER NOS VIES</p>	<p>airbnb la ville ubérisée Ion brossat</p> 
--	--	--



Moore  
Gordon







蚂蚁金服 ANT FINANCIAL

Ranking	Banking Group	Market Capitalization (USD bn)
1	JP Morgan	348
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	181
9	Bank of China	180
10	<b>Ant Financial</b>	<b>170</b>
11	China Merchant Bank	122
12	Royal Bank of Canada	114
13	Standard	100
14	BNP Paribas	90
15	Goldman Sachs	91
16	ShinBank	84
17	Unicredit	50
18	Barclays	47

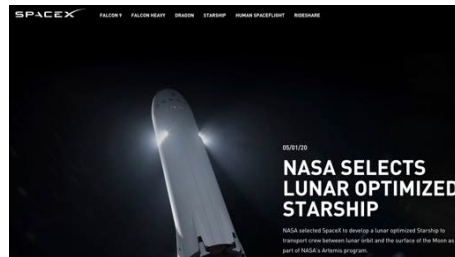
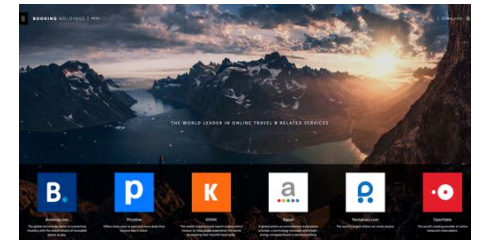


G AFA, quoi ?

G [ GAFA  
NATU  
BAT ]

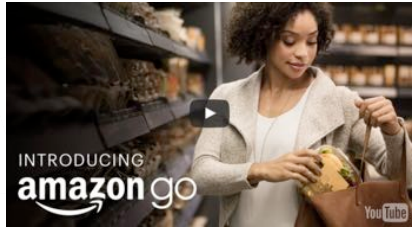
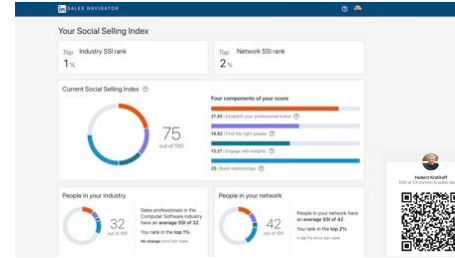
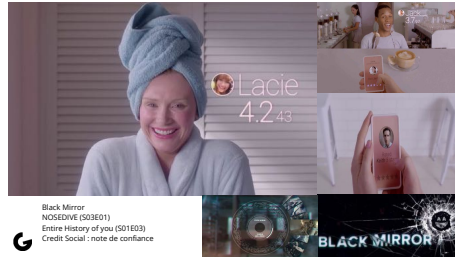
G [ GAFA MSH  
Google Amazon Facebook Apple Microsoft Salesforce Huawei  
NATU BEY  
Netflix Airbnb Tesla Uber Booking Expedia Yandex  
BATX BDH  
Baidu Alibaba Tencent Xiaomi ByteDance DJI Hikvision ]

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



	2006	Brand Value 2006 \$MIL	2017	Brand Value 2017 \$MIL
1	Microsoft	62,039	Google	245,581
2	Apple	55,834	Apple	234,671
3	Coca-Cola	41,406	Microsoft	143,222
4	Amazon	39,166	amazon	139,286
5	Facebook	38,510	facebook	129,800
6	Walmart	37,567	AT&T	115,112
7	Google	37,445	VISA	110,999
8	IBM	36,084	Tencent 腾讯	108,292
9	citi	31,028	IBM	102,088
10	McDonald's	30,201	McDonald's	97,725



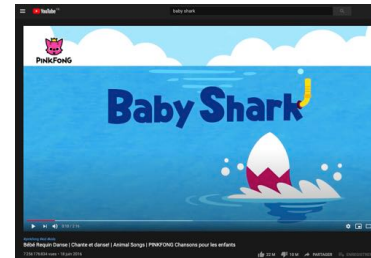
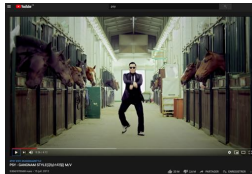


AI + amazon = amazon go

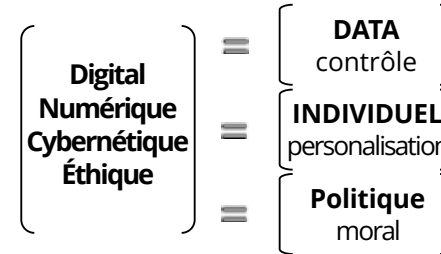
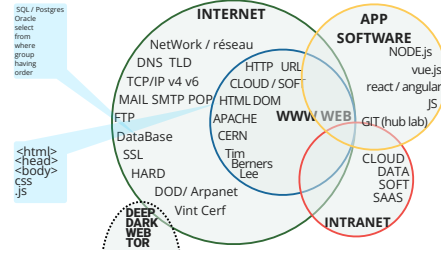
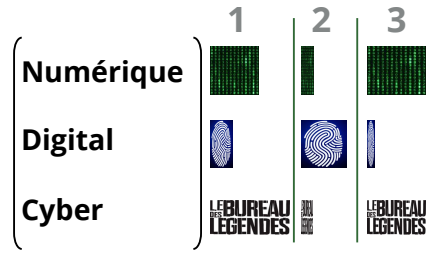


85

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





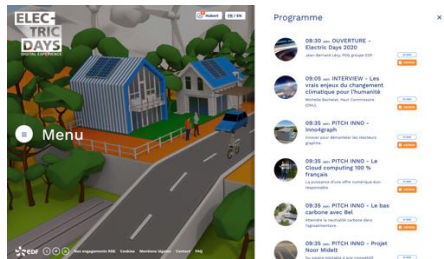


“ Il n’y a pas d’amour, il n’y a que des preuves d’amour ”

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

Pierre Reverdy (1889-1960)

HK & Pierre Reverdy (1889-1960)



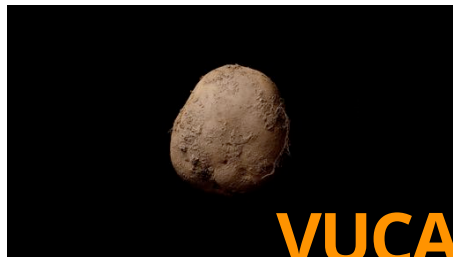
facebook horizon metaverse



ROBLOX



ROBLOX



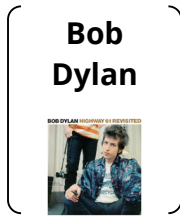
VUCA



VUCA : NIKE with colin kaepernick







**VUCA**

HBR 2014  
<http://hbr.org/2014/11/vuca-how-to-stay-ahead-in-the-new-normal>  
 Volatility Uncertainty Complexity Ambiguity  
 Harvard Business Review, 93 (2014)

<p><b>complexity</b></p> <p><b>Characteristics:</b> The situation has many interconnected parts and variables. Some information is available, but the volume or nature of it can be overwhelming to process.</p> <p><b>Example:</b> You are doing business in many countries, all with unique regulatory environments, tax laws, and cultural values.</p> <p><b>Approach:</b> Automate being in or doing operations, and build up resources adequate to address the complexity.</p>	<p><b>volatility</b></p> <p><b>Characteristics:</b> The challenge is connected to complex and fast-to-change situations, but it's not necessarily hard to understand. Knowledge about it is often available.</p> <p><b>Example:</b> Prices fluctuate after a natural disaster when a region still has a lot of damage.</p> <p><b>Approach:</b> Build in slack and decrease demand to accommodate the volatility. Multiple inventory or inventory items. These steps are typically responses; your investment should match the risk.</p>
<p><b>ambiguity</b></p> <p><b>Characteristics:</b> Cause-and-effect relationships are complicated, unclear, and unpredictable; you just "don't know unknowns."</p> <p><b>Example:</b> You decide to move into a new market or emerging market or to launch products outside your core competencies.</p> <p><b>Approach:</b> Experiment. Understand cause-and-effect by generating hypotheses and testing them. Design your experiment so that failure scenarios can be broadly applied.</p>	<p><b>uncertainty</b></p> <p><b>Characteristics:</b> Despite a lack of other information, the event's basic cause and effect are known. Change is possible but not a given.</p> <p><b>Example:</b> A competitor's pending product launch could be the future of the business and the market.</p> <p><b>Approach:</b> Invest in information—collect, interpret, and share it. This works best in conjunction with structural changes, such as adding information through networks, that can reduce ongoing uncertainty.</p>

Harvard Business Review

**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 cruciales :  
 «Every day I'm learning something new» Sir Richard Branson, Founder - Virgin Group

INSPIRING IDEAS AND TALENT  
 TECHNOLOGY & INNOVATION

**QR Code**

GRENOBLE  
 ECOLE DE  
 MANAGEMENT

ACTIVITY IMPACT

AMBA AACSB EQUIS

**Key  
 TakeAways**

ce qu'il faut retenir

**NoLimit  
 dans un  
 monde  
 VUCA**

**-AAS**

everything

"People don't want a quarterly drill, they want a quarterly battle."

SaaS  
 IaaS  
 PaaS  
 Subscription  
 Rental  
 Servitization

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