



OPH

LA FÉDÉRATION

G

OPH
LA FÉDÉRATION

1

2

3

4

NoLIMIT

NBIC

VUCA

CULTURE

AGILITÉ

SCRUM

STRATÉGIE

CONTENUS

INBOUND

UX

PARCOURS

CLIENT

OPH
LA FÉDÉRATION



UX




HERMÈS
VANILLE GALANTE



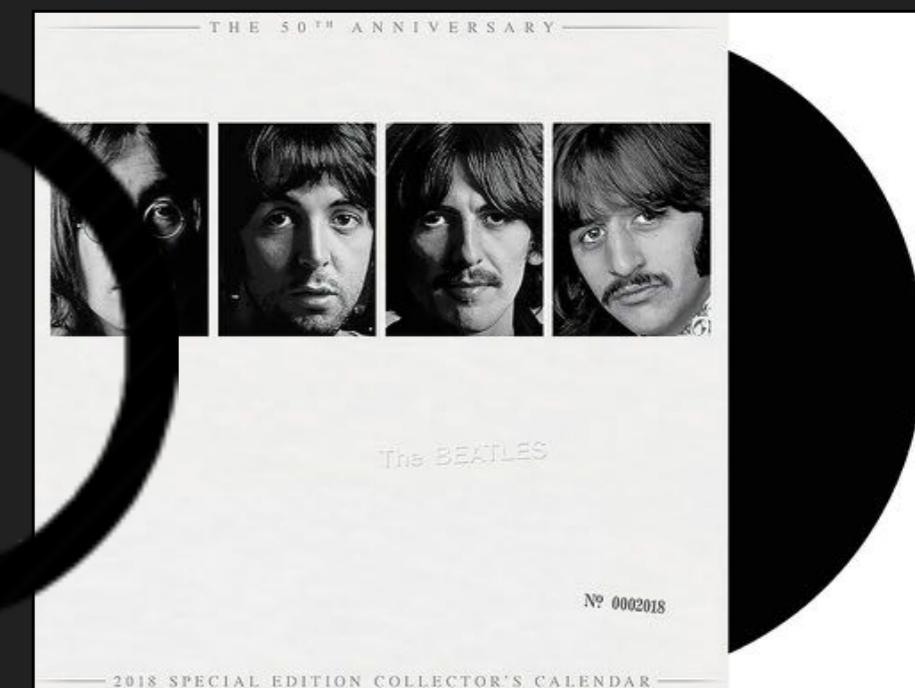
Google
beatles revolution lyrics

All Videos Images News Shopping

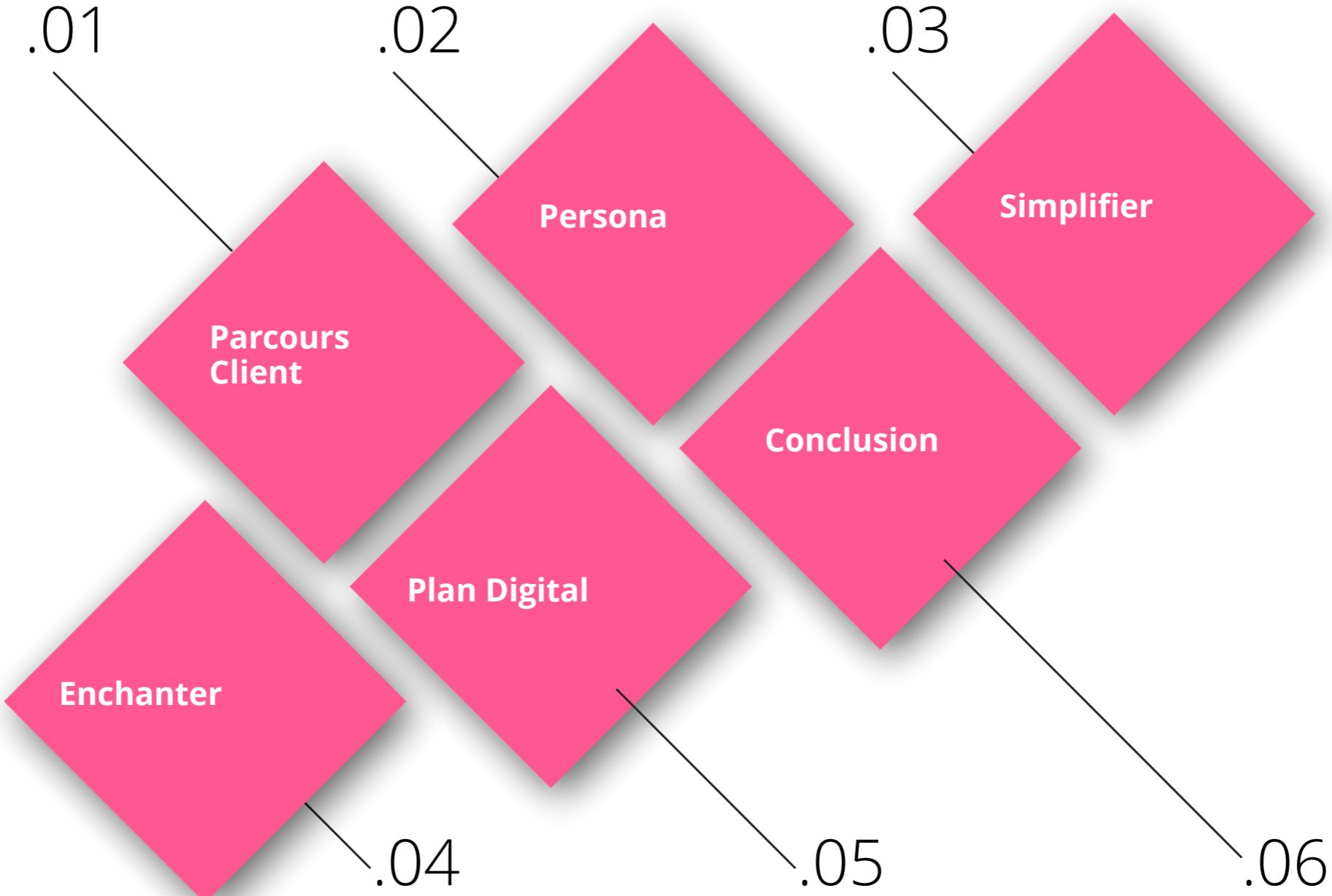
About 4,910,000 results (0.63 seconds)

Revolution
The Beatles

You say you want a revolution
Well, you know
We all want to change the world
You say you know what it's gonna be
Well, I'd know
I'd want to change the world
But when you talk about destruction
Don't you know that you can count
Don't you know it's gonna be
All right, all right, all right
You say you got a real solution



4-UX



FKLG.

bref. j' fais des cours



UX



UX > CX

*nombre
plus de user que de client*

CX > UX

*qualité
plus de contact avec les
clients*

PARADOXE EXEMPLAIRE

UX



UI : interface = BEAUTÉ

UX : expérience = INTELLIGENCE

on peut être beau et intelligent à la fois

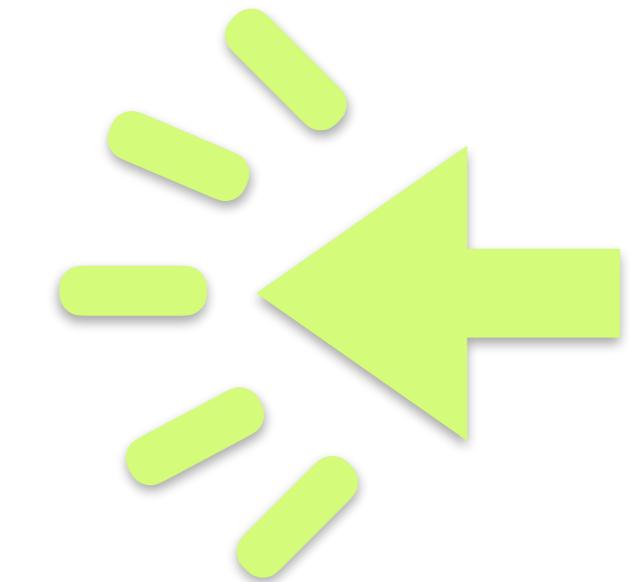
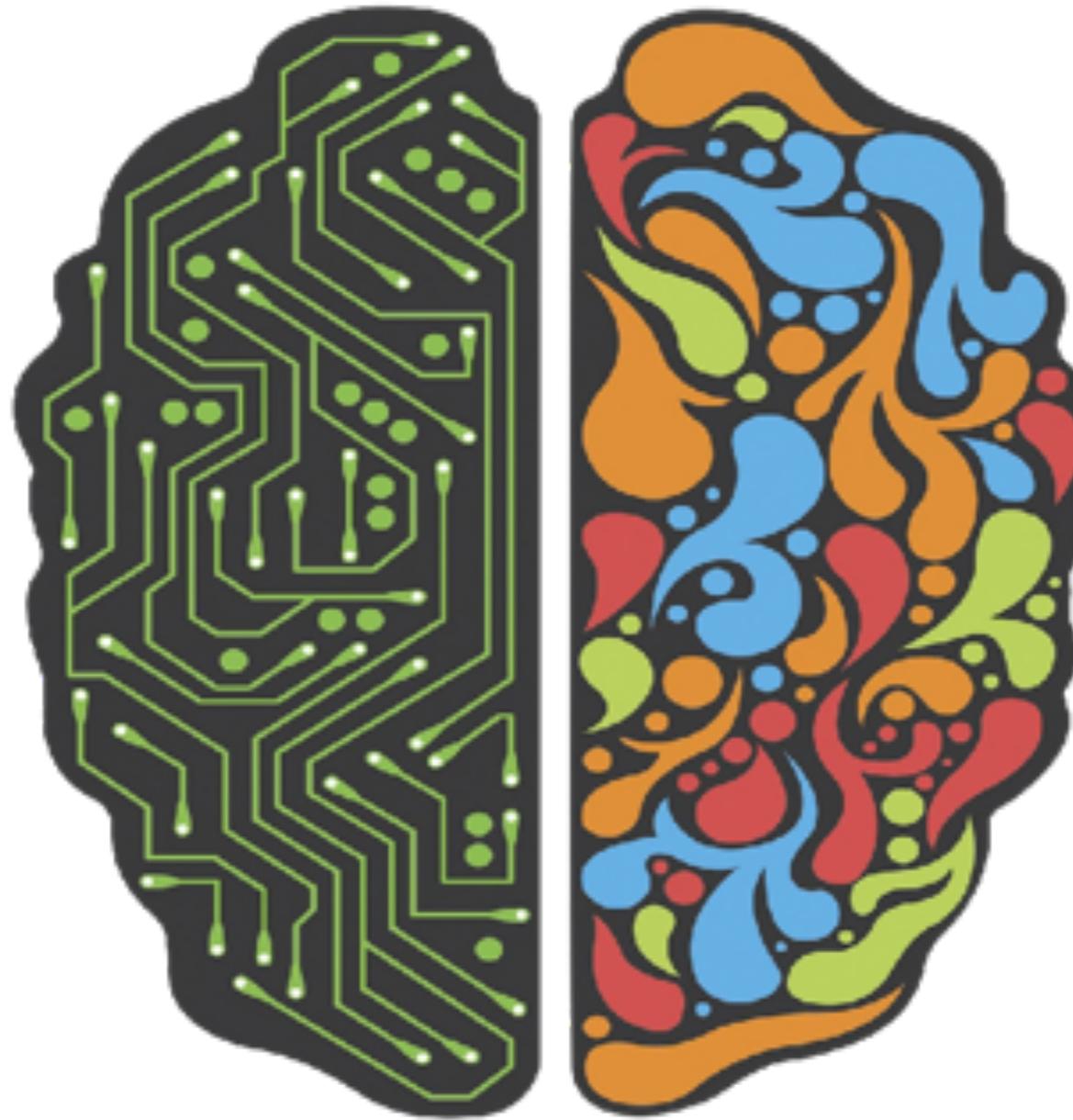
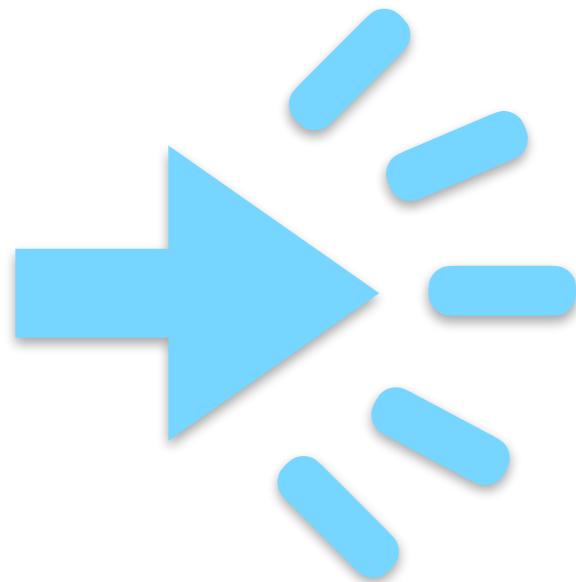


Zéro UX
Zéro UI

Meilleure Expérience

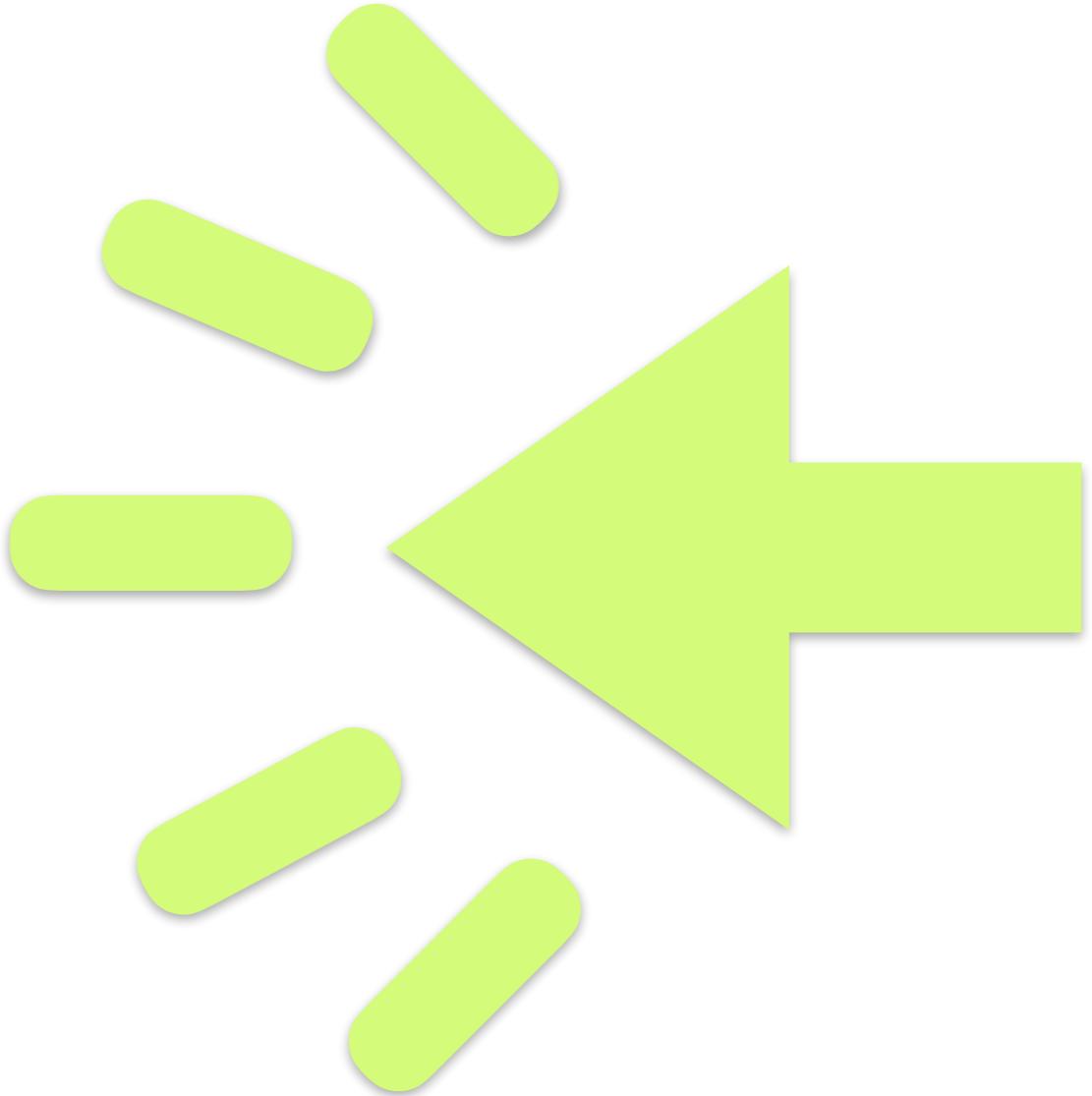


Réflexion / Intuition

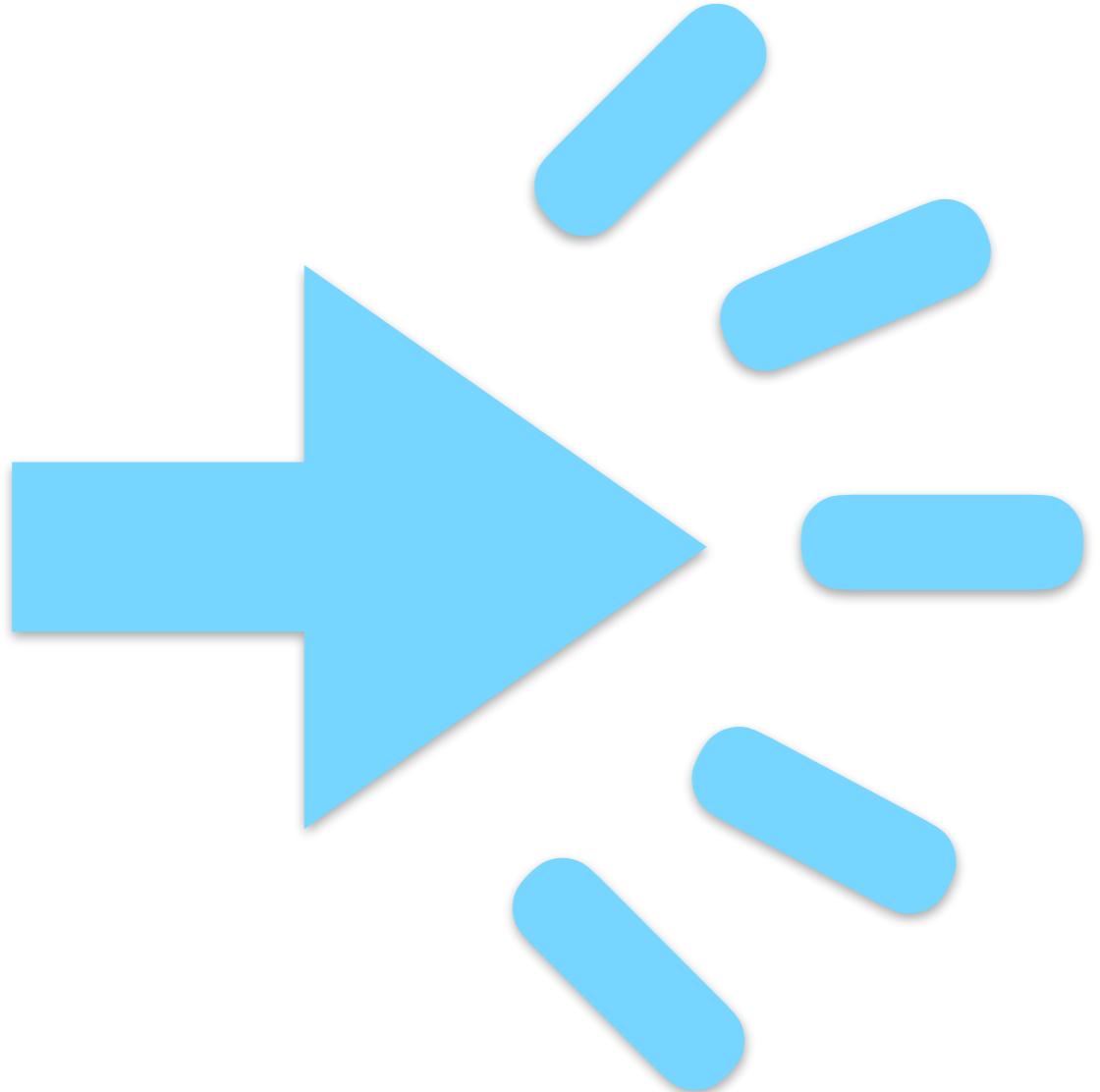


100%

Intuition



Réflexion



ZÉRO

CHAPTER

1

Don't make me think!

KRUG'S FIRST LAW OF USABILITY

Steve Krug



DON'T
MAKE
ME
THINK

revisited

and Mobile

A Common Sense Approach to Web Usability

Médecin, établissement...



ORL

Neuilly-sur-Seine



Rechercher

Honoraires

tarif de consultation

Consultation pour chirurgie de la face et du cou

Disponibilités

Réservé en ligne un RDV avec un ORL à Neuilly-sur-Seine



Dr Xavier LACHIVER

ORL

20 Rue Payenne
92200 Neuilly-sur-Seine

Conventionné secteur 2

Prendre rendez-vous

jeu.

12 janv.

ven.

13 janv.

sam.

14 janv.

19:00

D'autres ORL sont réservables en ligne dans les environs de Neuilly-sur-Seine



Dr Olivier Rachival

ORL

22 Rue des Belles Feuilles
75116 Paris

Conventionné secteur 2

Prendre rendez-vous

jeu.

12 janv.

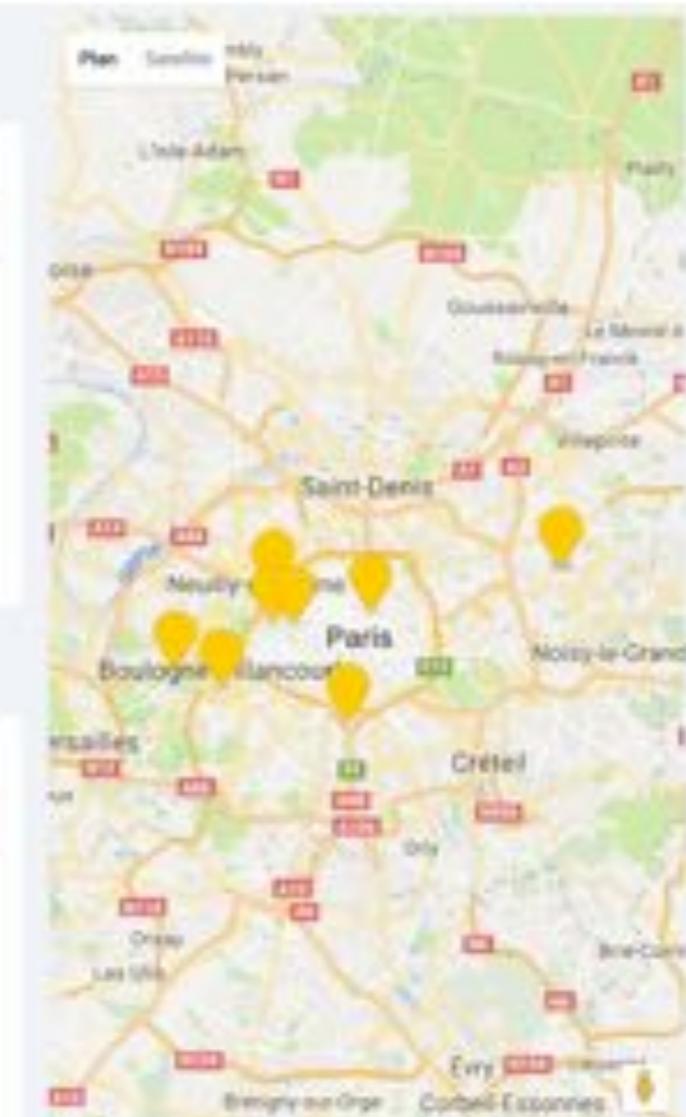
ven.

13 janv.

sam.

14 janv.

14:30



Nouvelles Attentes

*Pourquoi se contenter du
minimum ?*

G

OPH
LA FÉDÉRATION

Lost ... Greatest ... Silent ...

BabyBoomer (1940 - 1965 +/- 6 ans)

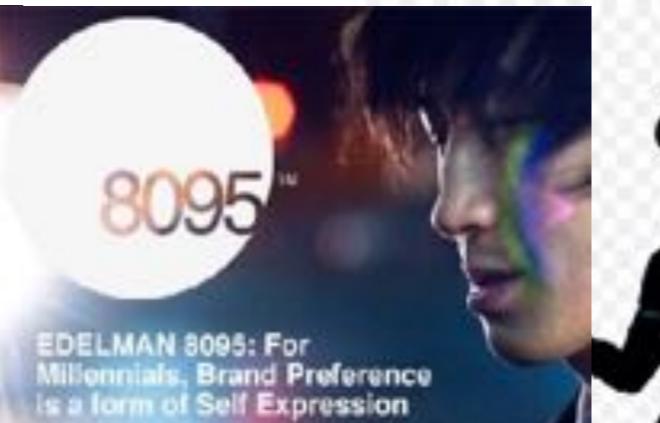
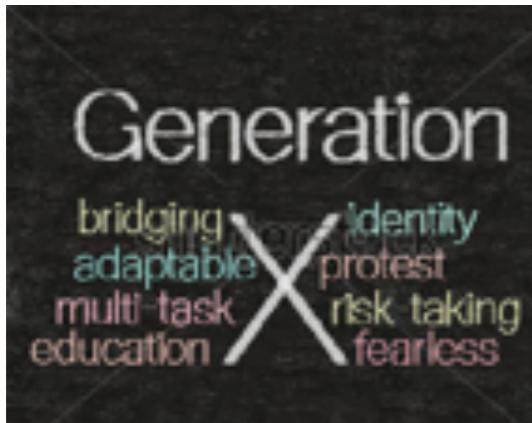
GenX (1955 1985 +/- 8 ans)

GenY = Millennials (1979 1999 +/- 5 ans)

GenZ = Digital Natives = GEN C (1994 2007 +/- 4 ans)

alphaGEN ? = 2008 - 2020 ?

SingularityGeneration ?? 2018 - 2030



GENERATION Z:
CONNECTED FROM BIRTH.
Born mid-1990s to 2010.



Home Notifications Messages Search Twitter Tweet



Tweets 9,249 Following 81 Followers 977K Likes 149 Following

bernard pivot @bernardpivot1
Apostrophes, Bouillon de Culture, Double je, Ecriture, Football, Gourmandise, Homme, Interview, Journalisme, Kiosque, Lire, Mots.....Zut.
Joined November 2011

[Tweet to bernard pivot](#)

bernard pivot @bernardpivot1 4h
Merci pour nos amis suisses d'avoir admis dans les Robert 2019 le verbe azorer (réprimander) et la calure (personne très compétente).
[Translate Tweet](#)

12 53 124 12

bernard pivot @bernardpivot1 4h
Je regrette l'entrée chez Robert de cosplay, queer, hoverboard, storystelling, running, etc. qui appartiennent au globish ?

124 12

Le mot arrogance contient deux r, un r de mépris, un r de connerie.
07:55 - 24 mars 2016

1 024 1 204 personnes parlent à ce sujet





bernard pivot
@bernardpivot1

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

[Translate Tweet](#)

7:09 AM · Jul 25, 2018 · Twitter for iPad

TAUX D'ILLETRONISME

Luxembourg : 3%

Pays bas

...

France : 15%

...

Roumanie

Bulgarie : 50%

L'illectronisme = 15% de la population
75% de la population est connecté
45% ne cherchent par d'info. administratives

Ville -10,000 hab
Zones blanches

ILLETRONISME & INCLUSION



1999 : web et internet

2010 : mobile

2016 : Living Services

source : Google, Accenture



If you're not on Google,
You don't exist

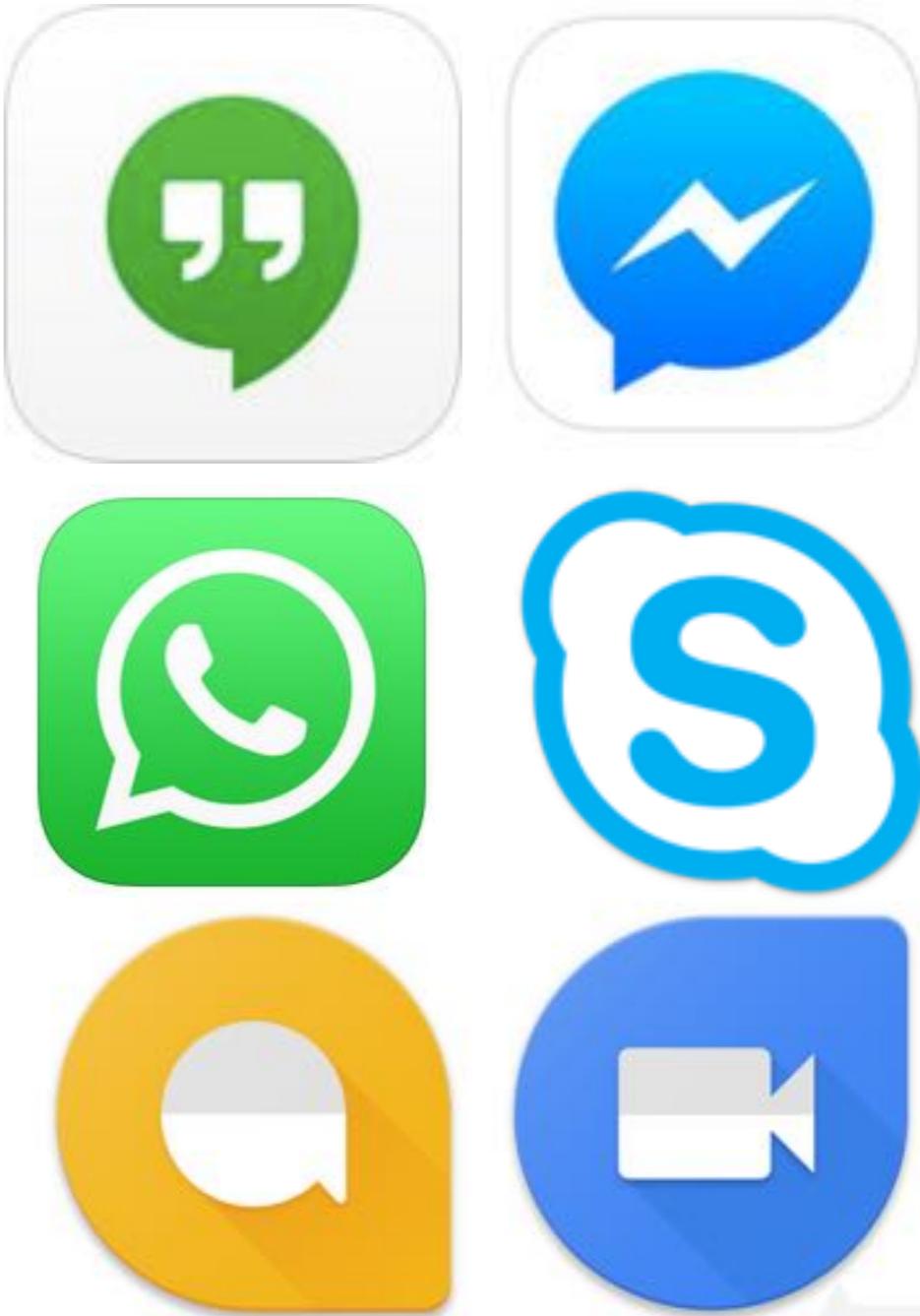


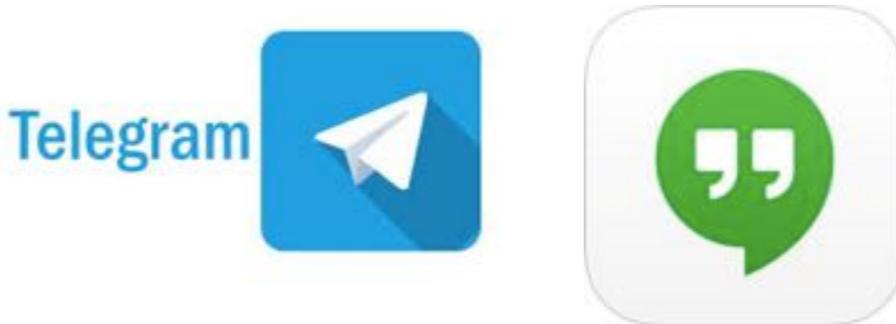
~~MOBILE
FIRST~~ ONLY



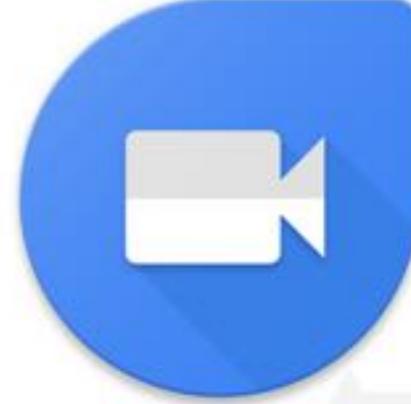


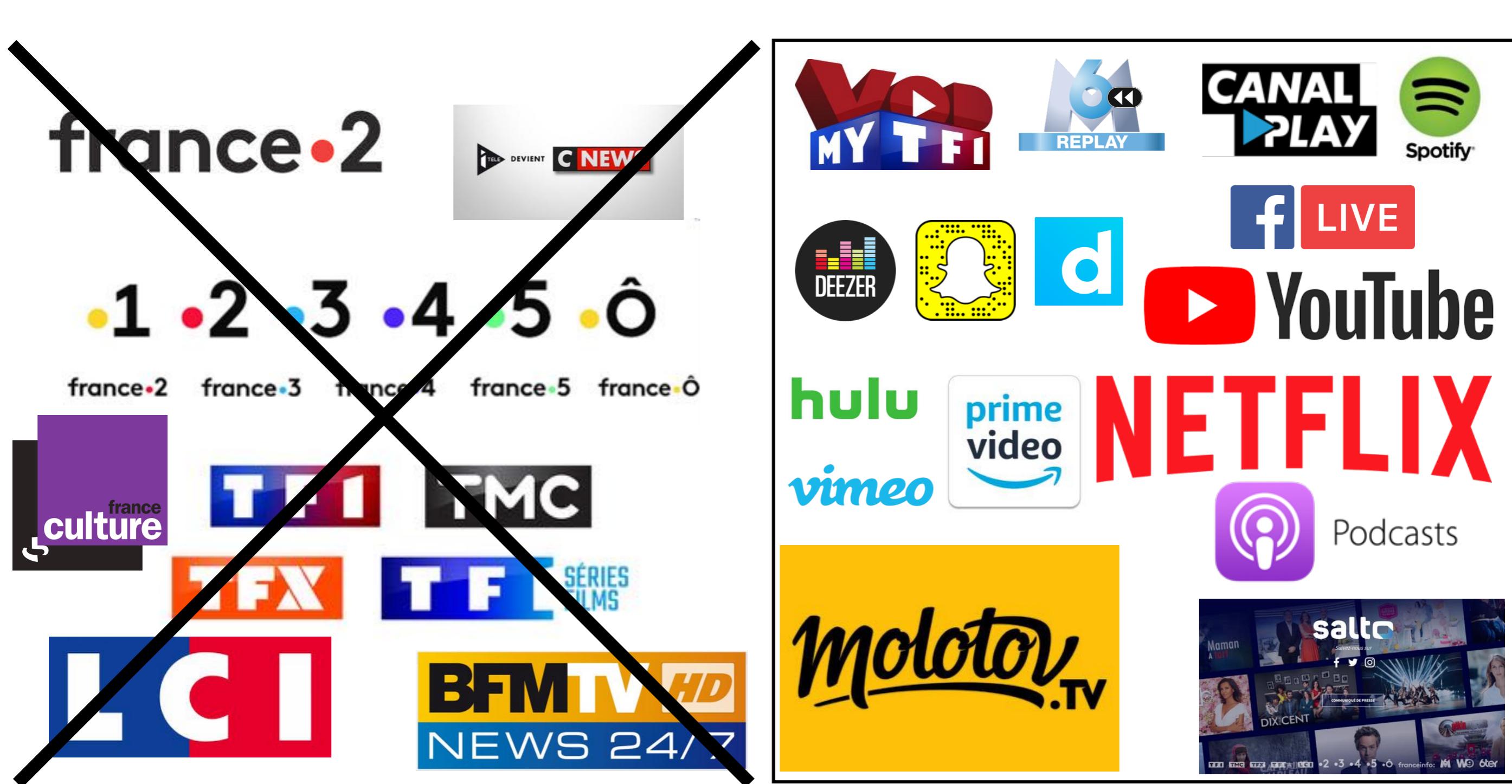
G





腾讯
Tencent







Living Services

THE DIGITISATION
OF EVERYTHING
+
LIQUID EXPECTATIONS

OUR HOMES

OUR BODIES

OUR FAMILIES

OUR EDUCATION

OUR WORK

OUR TRANSPORT

OUR FINANCES

OUR SHOPPING



eSports

Nintendo®

Wii



LEAGUE OF LEGENDS®



Digitalisation : IOT

Billet / Voucher / carte (wallet)



Porte (smart door)

Maison (home kit)

Ecole / Cours (MOOC)

Santé

Politique

Voiture (Tesla OS)

Wearable

Cloud



**GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT**

TECHNOLOGY & INNOVATION





LIQUID
EXPECTATIONS

Defend



Defendable



Blazing



AND LIQUID
OPPORTUNITIES

Liquid Expectation

Partir / sortir sans payer

Réserver d'un clic

Commande par bouton (DASH)

Connexion permanente

Temps réel pour tout



**GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT**

TECHNOLOGY & INNOVATION

Consommateur Sans Limite

**un consommateur ça ose tout,
ça compare tout,
ça demande (exige) tout,
ça commente tout, partout,
ça ne lit RIEN (tl;dr)**

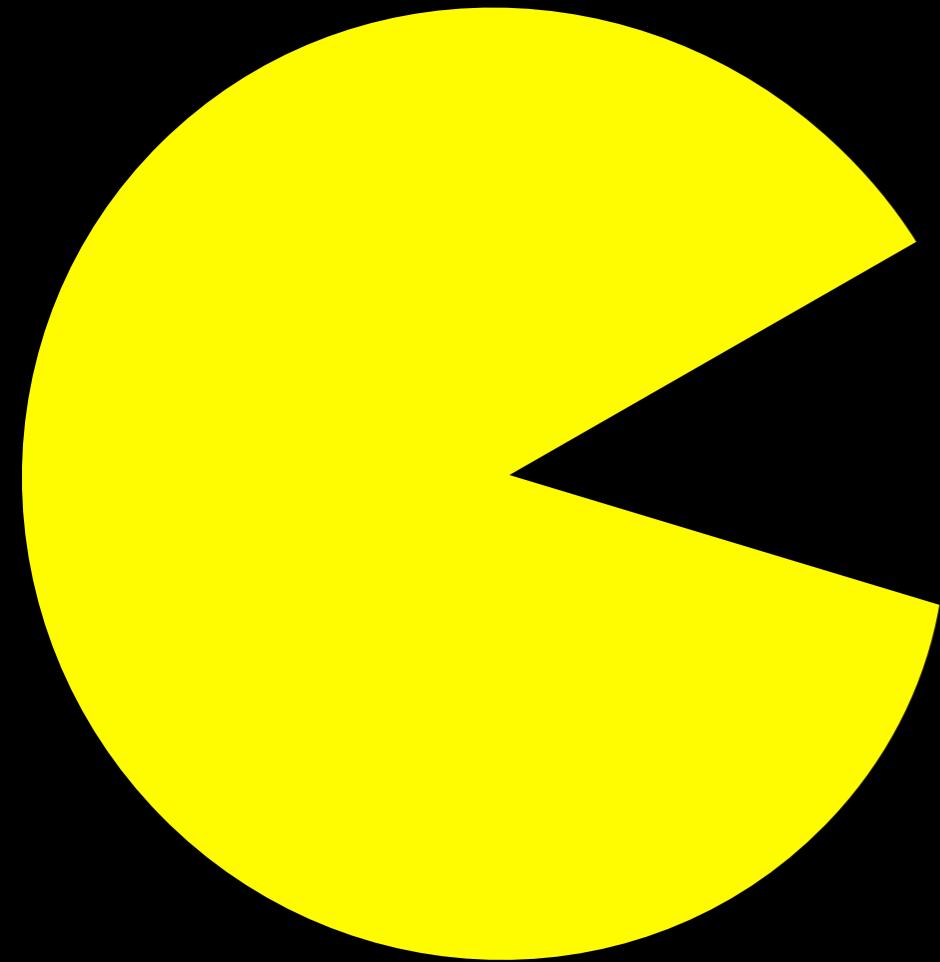
**ça demande un secret total des
informations confiées**

→ **Expectation Economy**



**GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT**

TECHNOLOGY & INNOVATION



GAMIFICATION

COURS GAUTHIER-DESCHAIES

HISTOIRE DE FRANCE



PREMIER LIVRE

PAR A. AYSEGARD

LIBRAIRIE HACHETTE

LIBRAIRIE HACHETTE

G



OPH
LA FÉDÉRATION



G

OPH
LA FÉDÉRATION



Faut pas
parler aux
cons, ça
les instruit.

Michel Audiard

Les lois de Michel Audiard

Un client
ça ose
tout



UX : User eXperience

toutes interactions
perçues par l'utilisateur
avant, pendant et après
l'usage

toutes : omnicanal

interactions : touchpoint, point de contact

perçues : même celles non voulues par l'entreprise

utilisateur : client, consommateur, autre

avant, pendant, après : parcours complet,

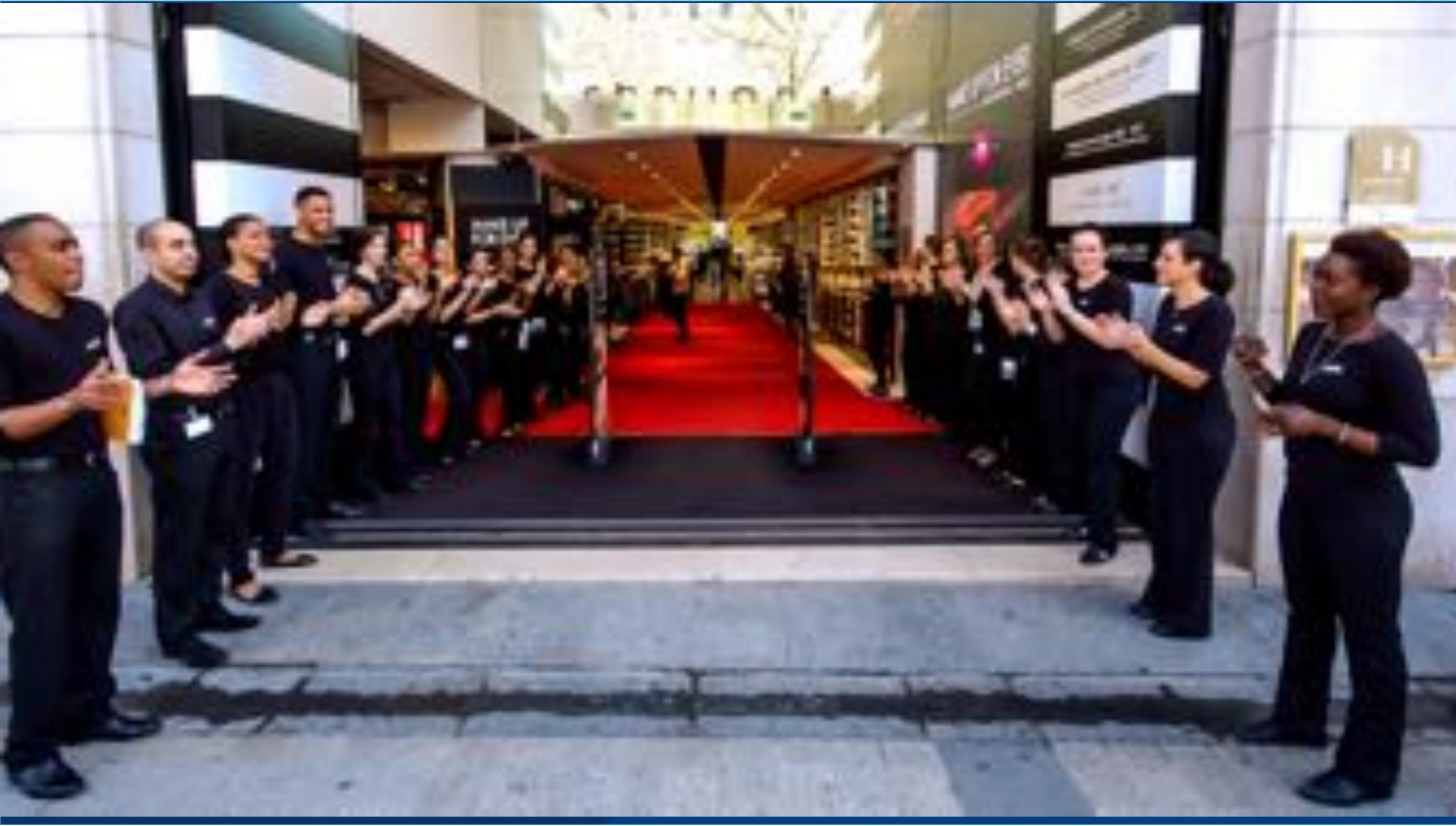
customer journey

usage : achat, utilisation, test, destruction

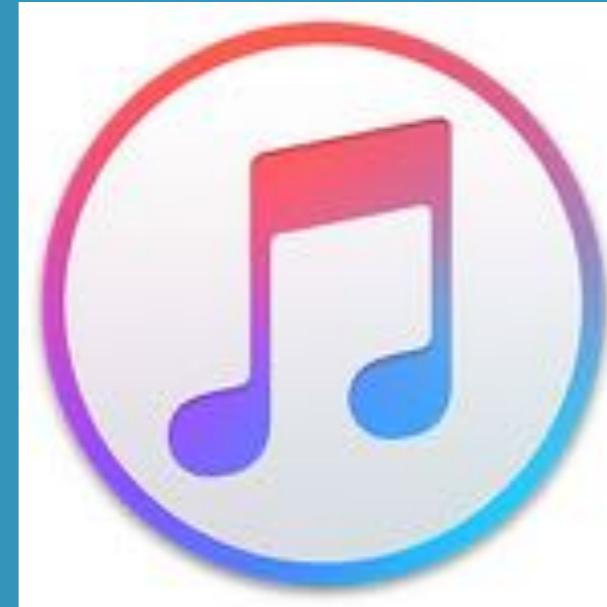
Best UX Ever

second visit ?





Worst UX Ever



Bâtir une bonne UX :

1/ supprimer

et seulement après

2/ ajouter

1/ Supprimer les :
irritants, allergènes
points de friction (frictionless)
coutures (seamless)
défauts (flawless)

= simplifier



2/ Ajouter :
satisfaction, fluidité
art, plaisir, sentiment
personnel, émotion
sourire, humour

= *enchanter*

Key TakeAways

ce qu'il faut retenir



GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT
TECHNOLOGY & INNOVATION

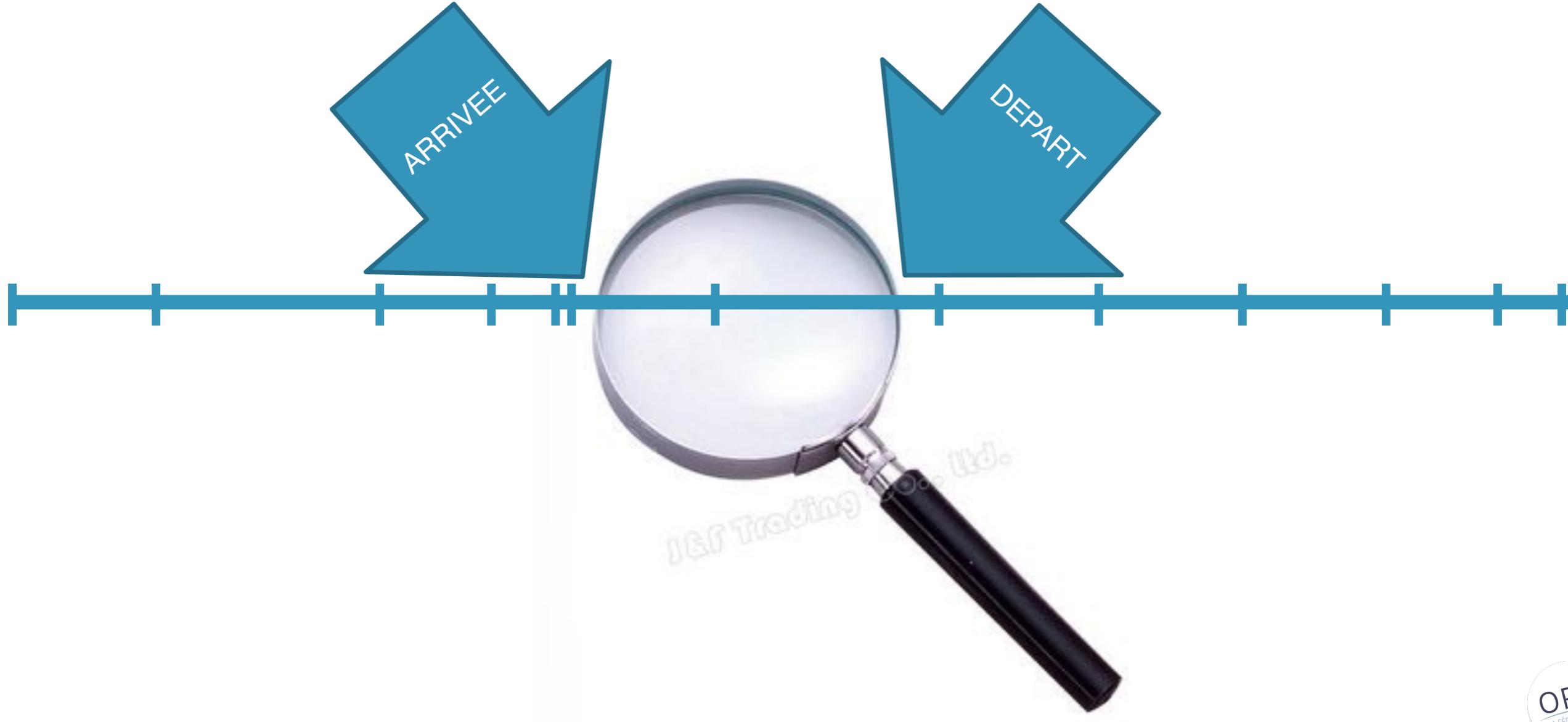
une école
de la CCI GRENOBLE



Liquid Expectations : benchmark intersectoriel

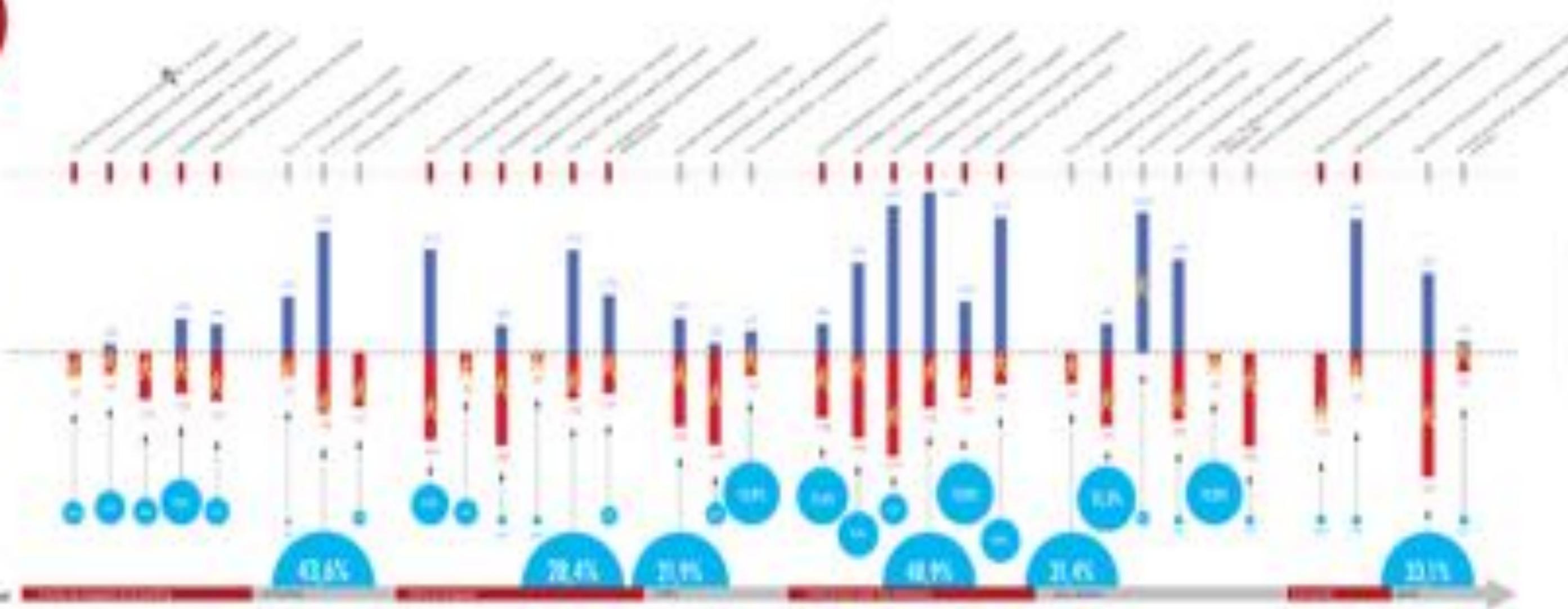
Parcours client

Parcours client visible et invisible

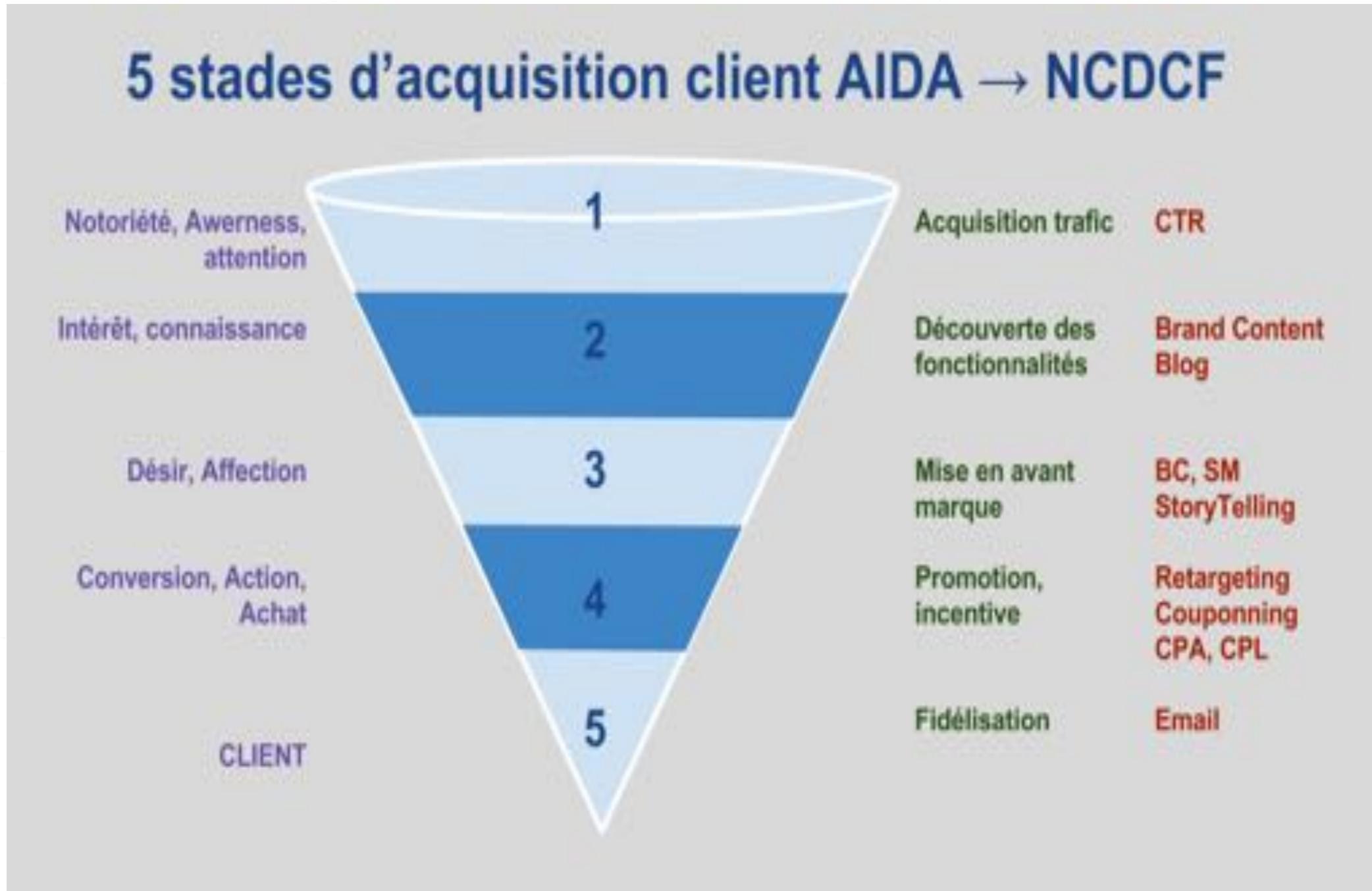




TRACKER DE L'EXPÉRIENCE CLIENT[®]

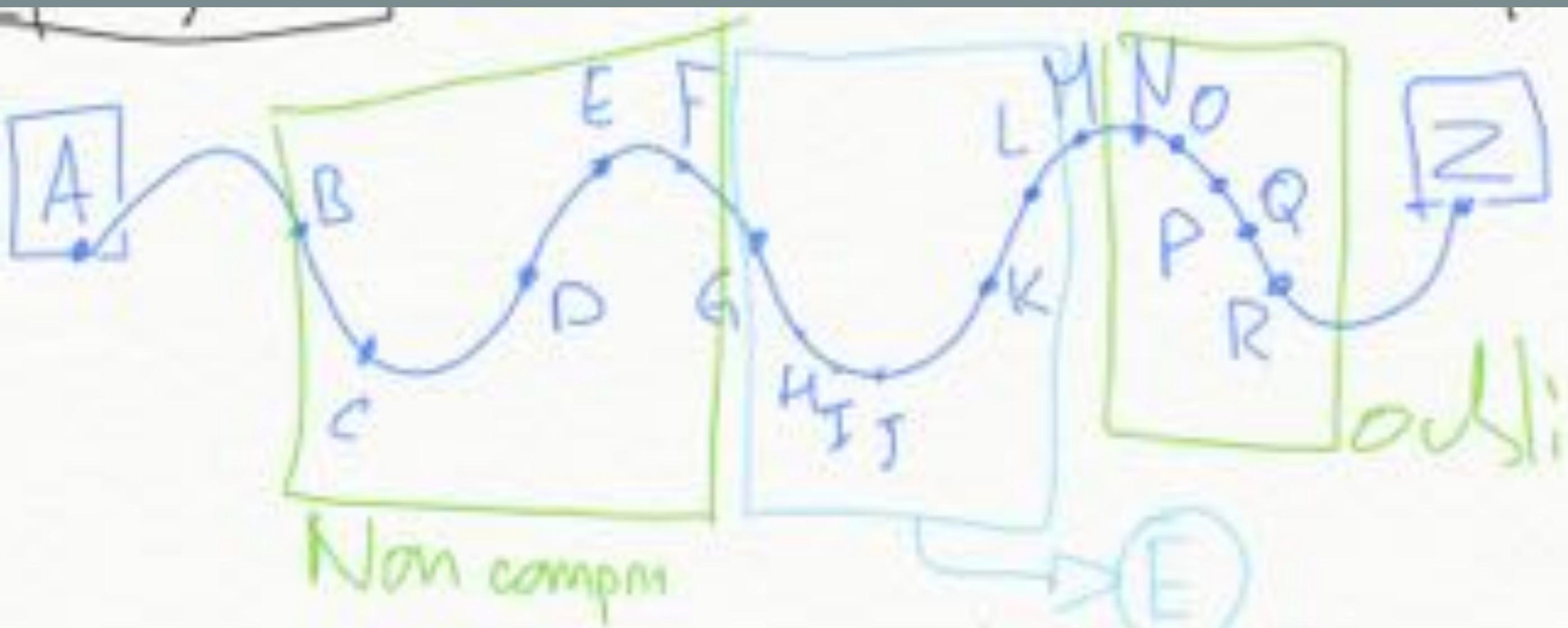


Parcours client vu par les entreprises





Parcours vu par le client



Customer Lifecycle



Le parcours client

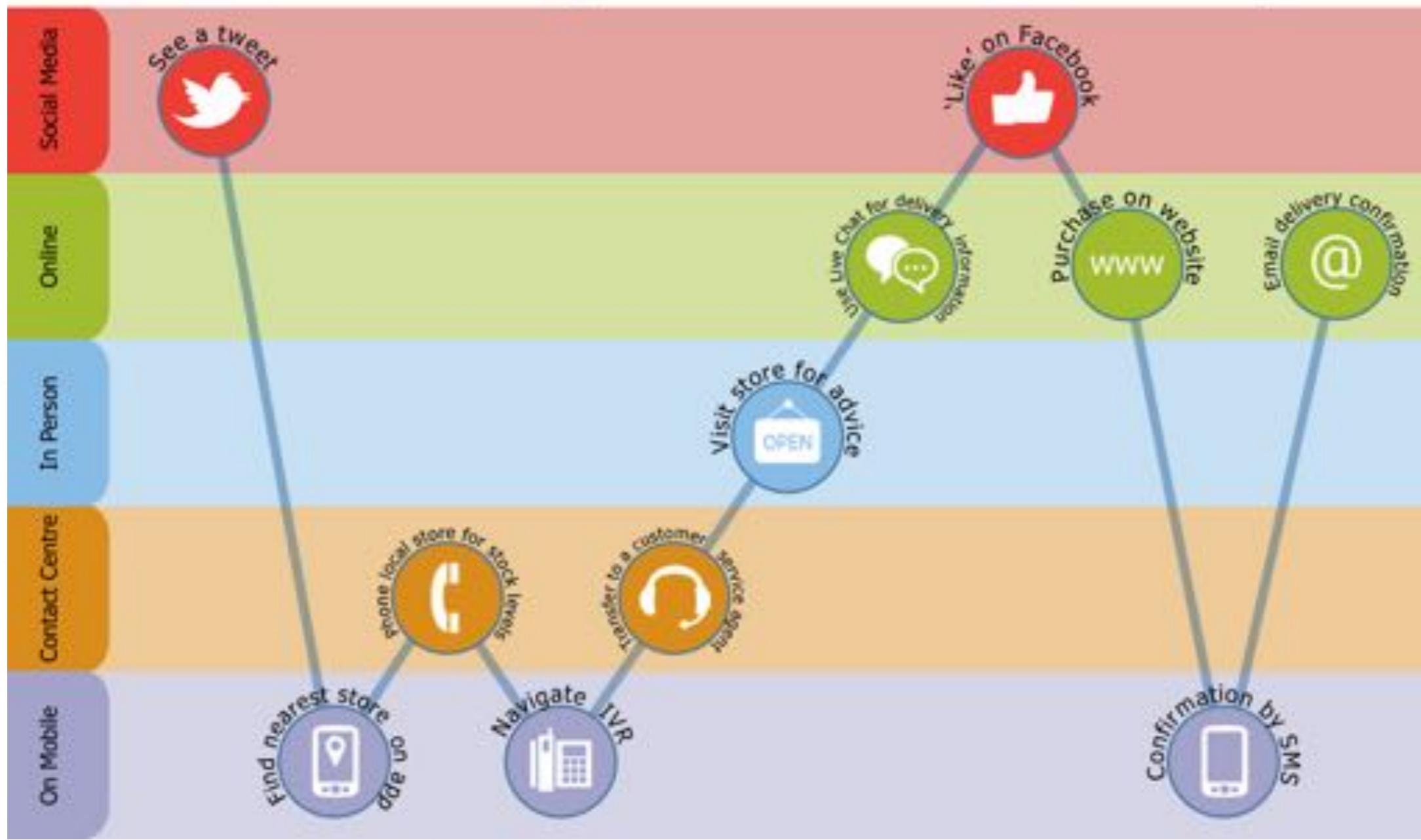


CUSTOMER JOURNEY ANALYTICS

Where does the customer journey end?
Depends on where it begins.



Understanding the Customer Journey



Key TakeAways

ce qu'il faut retenir



GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT
TECHNOLOGY & INNOVATION

une école
de la CCI GRENOBLE



**optimiser
tous les
points de contact**

VOC



PERSONA

USER STORY / USE CASE



ACT THINK IMPACT

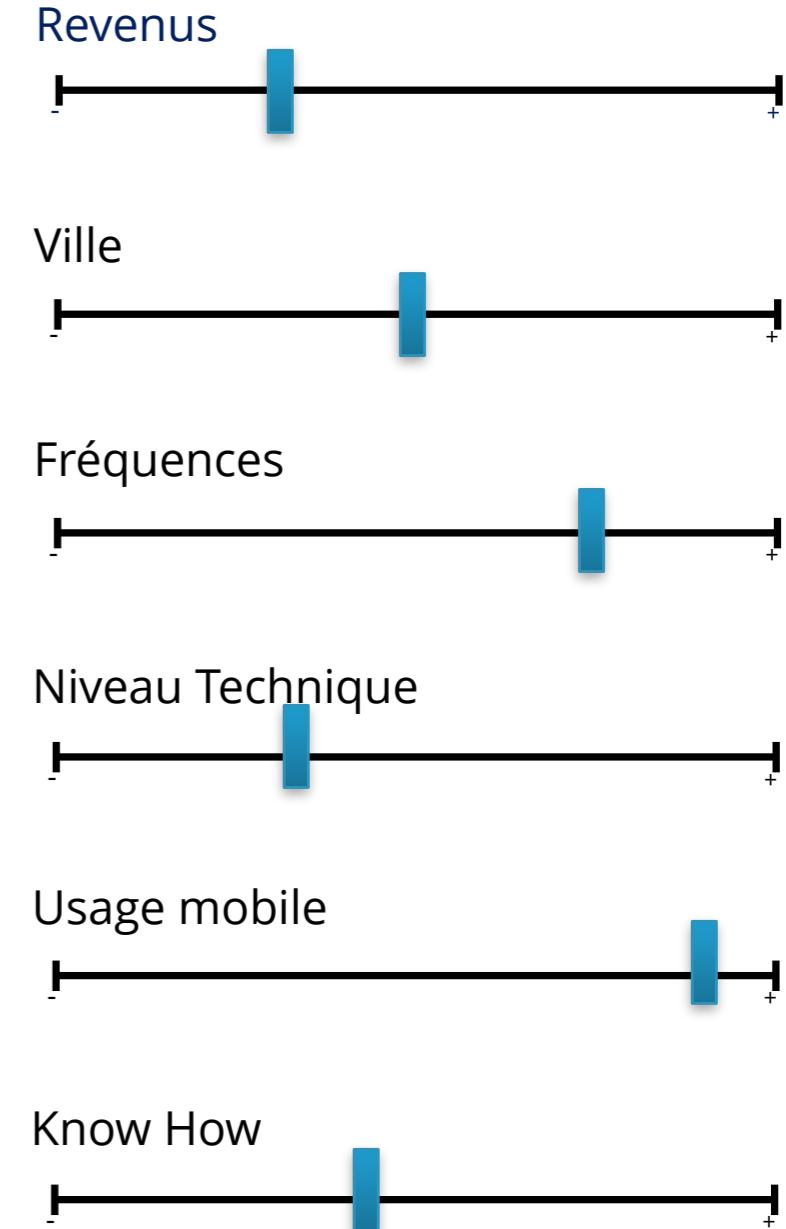
John



« QUOTE : happy to
be an entrepreneur
in IOT »

Description: funder of an IOT company
9 employees
7 millions euros turnover
29 clients with 650 shops

Name	JOHN
Age	36
Live	Paris
With	Jeanne no kids
Education	sup
Resumé	GEM+DBS master
Company	FUN IOT funded in
	2012
Products:	iBeacons for retail



user stories / use cases

MUST

SHOULD

COULD

As ...

I Want ...

For ...

As ...

I Want ...

For...

As ...

I Want ...

For...

En tant que
As ...

I Want ...

For...

En tant que
As ...

I Want ...

For...

En tant que
En tant que
En tant que
En tant que
As ...

I Want ...

For...

VINCENT COQUAZ
ISMAËL HALISSAT

LA NOUVELLE GUERRE DES ÉTOILES



ENQUÊTE :
NOUS SOMMES
TOUS NOTÉS

KERO

NPS

Net Promoter Score





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



NPS

NPS Net Promoter Score



NPS (Net Promoter Score)
développé par Fred Reichfeld (Bain & Co)
2003 Harvard Business Review

Ce qu'il faut retenir / Key takeaway

- 1/ Calcul : $(9+10) - (0 \text{ à } 6)$ (sans 7 et 8)
- 2/ Question décalée : conseillerez-vous ?
- 3/ Fréquence : trimestrielle



How satisfied were you with your experience today?

Worst



Best

How satisfied are you with our services?



Very Unsatisfied



Unsatisfied



Neutral



Satisfied



Very Satisfied

CSAT CUSTOMER



Overall, how easy was it to solve your problem
with {your business} today?

Very
Difficult

Difficult

Neither

Easy

Very
Easy

CES (CUSTOMER EFFORT

C'est quoi la suite?...



1

Description de l'évolution de l'écosystème, des technologies : ce nouveau monde, sans limite, va vite, s'infiltre 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





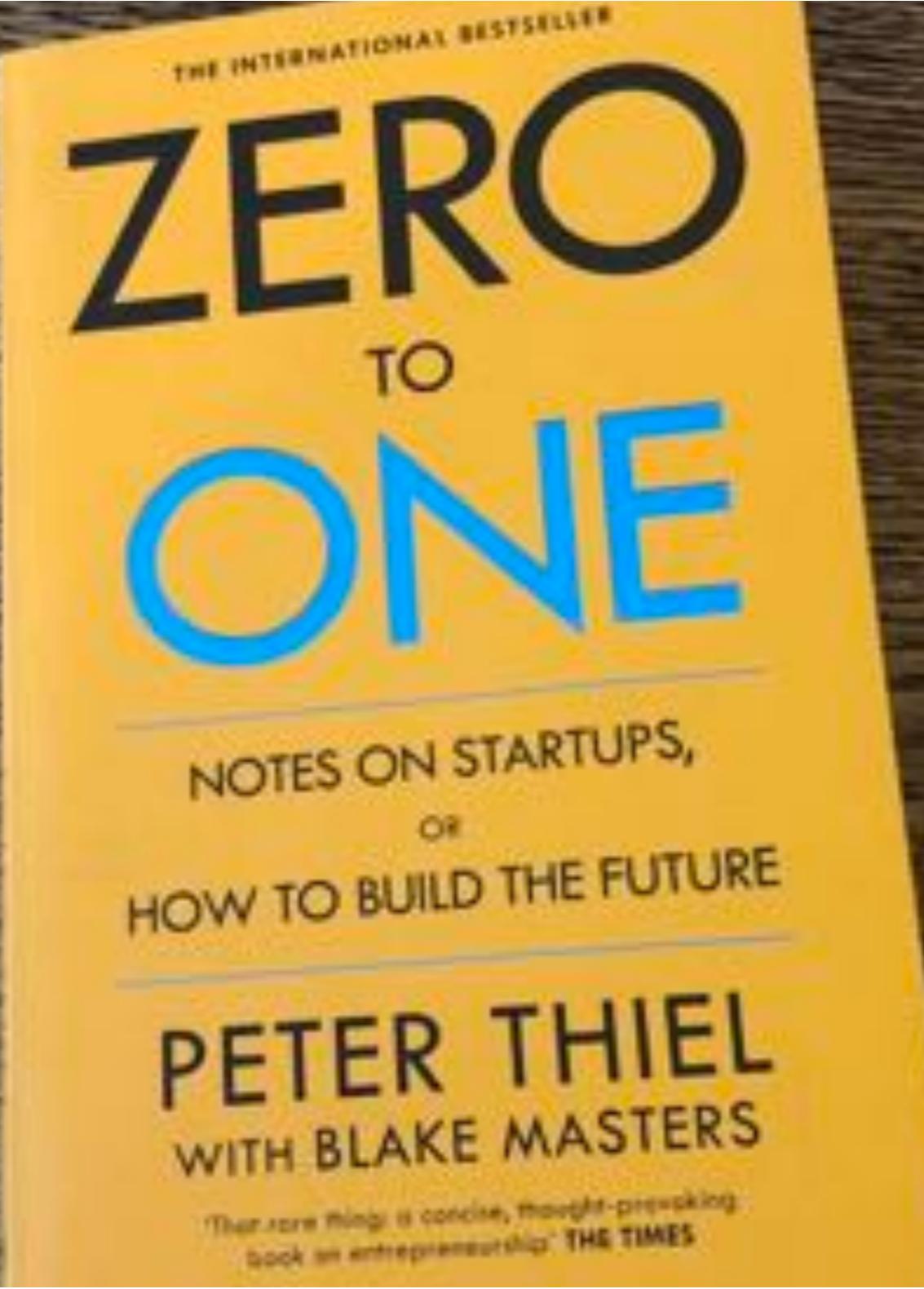
...c'est vous

Preface

ZERO TO ONE

EVERY MOMENT IN BUSINESS happens only once. The next Bill Gates will not build an operating system. The next Larry Page or Sergey Brin won't make a search engine. And the next Mark Zuckerberg won't create a social network. If you are copying these guys, you aren't learning from them.

Of course, it's easier to copy a model than to make something new. Doing what we already know how to do takes the world from 1 to *n*, adding more of something familiar. But every time we create something new, we go from 0 to 1. The act of creation is singular, as is the moment of creation, and the result is something fresh and strange.



2012-2014
Peter Thiel
PayPal
FB, SpaceX, LinkedIn

Les **3** étapes de toute

Innovation / rupture / révolution

- 1 Utopiste / étrange / ridicule**
- 2 Impossible / dangereux**
- 3 Évident / simple**

Thiel / Aberkane

Key TakeAways

ce qu'il faut retenir



GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT

TECHNOLOGY & INNOVATION



CCI GRENOBLE

Ridicule

délai

Dangereux

délai

Évident



NEXT





Act
Think
Impact



CHIFFRES CLÉS

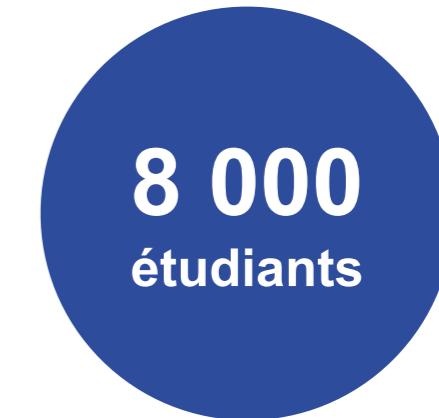


**programmes
de formation**

en France et à
l'international
du niveau Bac+2
au Bac+8



SAMSUNG



5600 en formation

"dans la salle de classe"

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

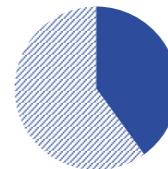
**200 sportifs
de haut niveau**



INTERNATIONAL SUNG

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



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

grenoble-em.com



Act
Think
Impact