

KUEHNE+NAGEL 

Transformation Digitale

Voyage dans le DEEP WEB
#new-WORLD

JANVIER 2025

 early makers
since 1872

em
lyon
business
school

KUEHNE+NAGEL 

#TRANSFORM ation digitale

#DIGITAL transformation

1/ FOE

Future of Economic - Ecosystem
Platform
OpenSource
MobTech

2/ FOI

Future of Internet - Innovation
IA
NBIC
Web3

3/ FOX

Future of Experience & Marketing
Persona
Parcours client - UX
Métavers

4/ FOW

Future of Work - NewWork
Management
Mouvement Agile - Scrum
Hybride

5/ PlanDigital

Persona - Parcours client
Point de contact - UX
Calendrier de contenu
Sales Funnel AAARRR

#TRANS- portation formation digitale

KUEHNE+NAGEL



Next Big Things in Mob-Tech



HUBERT KRATIROFF 06 80 43 29 05 HUBERT@KRATIROFF.COM



Technology Evangelist
Professeur d'économie numérique, auteur, rédacteur

Hubert a une expérience professionnelle variée mais centrée sur le marketing et l'informatique avec des expériences dans le BtoC, BtoB et même dans les marchés publics. Après 15 ans de parcours dans de grands groupes, Hubert a créé une SSII spécialisée dans les logiciels médicaux (25 personnes, revendues en 2015).
Hubert a toujours consacré 10% de son temps à la formation. Auteur de nombreux ouvrages et publications sur la fonction chef de produit et l'agilité.
Spécialiste des études de cas pédagogiques et des use case professionnels.
Sa citation favorite « Do what you Can't » qui pousse les groupes à aller au delà des objectifs consensuels.
Hubert est basé en région parisienne.



Compétences clés

- Techniques et transformations digitales ou agiles
- Créativité sous contrainte marketing, vente
- Engagement des équipes
- Change management
- Audit de compétences et adaptation des pédagogies
- Spécialiste UX, CX, EX



Expériences professionnelles en entreprise

- Direction marketing et commerciale
- Fondation et direction d'entreprises (ESN et agence)
- Missions en incubateur (StationF, école et VC)



Expériences Executive Education

- Renault : digital ; Safran : digital et marketing ; Samsung : digital et data ; Groupama, Conforama, Engie, L'Oréal, FOPH, Alcyon, Orange, Zodiac, Oracle...
- Formation et conférences : NoLimit, NewWorld, Hybride ou Agile, Digital Mindset, Scale the startup, DigitalJOBS, NoStoryNoBusiness...
- Écrivain, conférencier



Formations

- ESLSA 1985
- ASHRIDGE COLLEGE (MBA), CNAM (DESS marketing industriel), PSM (Prof Scrum Master)

Langues d'intervention

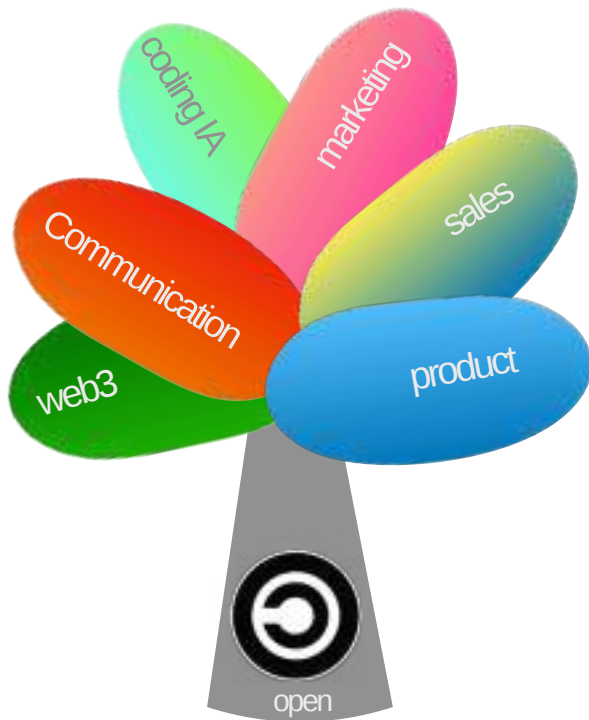


- Français, Anglais

technology evangelist

hubert@kratiroff.com





**full stack
marketer**

professeur
d'économie
numérique

hubert@kratiroff.com



STRATÉGIE
MARKETING
DE CROISSANCE

ÉCONOMIE NUMÉRIQUE

*Plateforme ou pas,
quelle plateforme ?*

chefdeproduit.com

Economie numérique ou digitale ? Les deux sont fortement synonymes.

Le motto de **Mark Andreessen** : «**Software is eating the world**» résume bien l'état des lieux. Tout est logiciel, tout est OS (operating system)

La transformation numérique est infiltrée partout. Elle fait et défait les succès des initiatives, des entreprises, des produits, des services, des process, des politiques... de la vie en général.

La plateforme de l'économie est la meilleure et la pire évolution pour la croissance harmonieuse des entreprises. Si la stratégie est subie, forcée c'est un drame. Si elle est volontaire et préparée c'est un atout gagnant.

Sans abris anti-numérique, il est nécessaire de bien anticiper les évolutions insufflées par le digital ou le numérique.

Et après software is eating the world : AI is eating software ou AI or DIE.

The Verge

Thu 7/argu / Tech / Reviews / Science / Entertainment / AI / More +

NEWS: Updated Jan 15, 2025, 11:00 AM MST-1

The Sonos app fiasco: how a great audio brand nearly ruined its reputation

By [Chris Welch](#) is a senior reporter at The Verge and has been covering tech for over 10 years. He has published nearly 5,000 articles, from breaking news and product reviews to in-depth features.

1 / 2 / 3 / 4 / 5 / 6 / 7 / 8 / 9 / 10 / 11 / 12 / 13 / 14 / 15 / 16 / 17 / 18 / 19 / 20 / 21 / 22 / 23 / 24 / 25 / 26 / 27 / 28 / 29 / 30 / 31 / 32 / 33 / 34 / 35 / 36 / 37 / 38 / 39 / 40 / 41 / 42 / 43 / 44 / 45 / 46 / 47 / 48 / 49 / 50 / 51 / 52 / 53 / 54 / 55 / 56 / 57 / 58 / 59 / 60 / 61 / 62 / 63 / 64 / 65 / 66 / 67 / 68 / 69 / 70 / 71 / 72 / 73 / 74 / 75 / 76 / 77 / 78 / 79 / 80 / 81 / 82 / 83 / 84 / 85 / 86 / 87 / 88 / 89 / 90 / 91 / 92 / 93 / 94 / 95 / 96 / 97 / 98 / 99 / 100 / 101 / 102 / 103 / 104 / 105 / 106 / 107 / 108 / 109 / 110 / 111 / 112 / 113 / 114 / 115 / 116 / 117 / 118 / 119 / 120 / 121 / 122 / 123 / 124 / 125 / 126 / 127 / 128 / 129 / 130 / 131 / 132 / 133 / 134 / 135 / 136 / 137 / 138 / 139 / 140 / 141 / 142 / 143 / 144 / 145 / 146 / 147 / 148 / 149 / 150 / 151 / 152 / 153 / 154 / 155 / 156 / 157 / 158 / 159 / 160 / 161 / 162 / 163 / 164 / 165 / 166 / 167 / 168 / 169 / 170 / 171 / 172 / 173 / 174 / 175 / 176 / 177 / 178 / 179 / 180 / 181 / 182 / 183 / 184 / 185 / 186 / 187 / 188 / 189 / 190 / 191 / 192 / 193 / 194 / 195 / 196 / 197 / 198 / 199 / 200 / 201 / 202 / 203 / 204 / 205 / 206 / 207 / 208 / 209 / 210 / 211 / 212 / 213 / 214 / 215 / 216 / 217 / 218 / 219 / 220 / 221 / 222 / 223 / 224 / 225 / 226 / 227 / 228 / 229 / 230 / 231 / 232 / 233 / 234 / 235 / 236 / 237 / 238 / 239 / 240 / 241 / 242 / 243 / 244 / 245 / 246 / 247 / 248 / 249 / 250 / 251 / 252 / 253 / 254 / 255 / 256 / 257 / 258 / 259 / 260 / 261 / 262 / 263 / 264 / 265 / 266 / 267 / 268 / 269 / 270 / 271 / 272 / 273 / 274 / 275 / 276 / 277 / 278 / 279 / 280 / 281 / 282 / 283 / 284 / 285 / 286 / 287 / 288 / 289 / 290 / 291 / 292 / 293 / 294 / 295 / 296 / 297 / 298 / 299 / 300 / 301 / 302 / 303 / 304 / 305 / 306 / 307 / 308 / 309 / 310 / 311 / 312 / 313 / 314 / 315 / 316 / 317 / 318 / 319 / 320 / 321 / 322 / 323 / 324 / 325 / 326 / 327 / 328 / 329 / 330 / 331 / 332 / 333 / 334 / 335 / 336 / 337 / 338 / 339 / 340 / 341 / 342 / 343 / 344 / 345 / 346 / 347 / 348 / 349 / 350 / 351 / 352 / 353 / 354 / 355 / 356 / 357 / 358 / 359 / 360 / 361 / 362 / 363 / 364 / 365 / 366 / 367 / 368 / 369 / 370 / 371 / 372 / 373 / 374 / 375 / 376 / 377 / 378 / 379 / 380 / 381 / 382 / 383 / 384 / 385 / 386 / 387 / 388 / 389 / 390 / 391 / 392 / 393 / 394 / 395 / 396 / 397 / 398 / 399 / 400 / 401 / 402 / 403 / 404 / 405 / 406 / 407 / 408 / 409 / 410 / 411 / 412 / 413 / 414 / 415 / 416 / 417 / 418 / 419 / 420 / 421 / 422 / 423 / 424 / 425 / 426 / 427 / 428 / 429 / 430 / 431 / 432 / 433 / 434 / 435 / 436 / 437 / 438 / 439 / 440 / 441 / 442 / 443 / 444 / 445 / 446 / 447 / 448 / 449 / 450 / 451 / 452 / 453 / 454 / 455 / 456 / 457 / 458 / 459 / 460 / 461 / 462 / 463 / 464 / 465 / 466 / 467 / 468 / 469 / 470 / 471 / 472 / 473 / 474 / 475 / 476 / 477 / 478 / 479 / 480 / 481 / 482 / 483 / 484 / 485 / 486 / 487 / 488 / 489 / 490 / 491 / 492 / 493 / 494 / 495 / 496 / 497 / 498 / 499 / 500 / 501 / 502 / 503 / 504 / 505 / 506 / 507 / 508 / 509 / 510 / 511 / 512 / 513 / 514 / 515 / 516 / 517 / 518 / 519 / 520 / 521 / 522 / 523 / 524 / 525 / 526 / 527 / 528 / 529 / 530 / 531 / 532 / 533 / 534 / 535 / 536 / 537 / 538 / 539 / 540 / 541 / 542 / 543 / 544 / 545 / 546 / 547 / 548 / 549 / 550 / 551 / 552 / 553 / 554 / 555 / 556 / 557 / 558 / 559 / 560 / 561 / 562 / 563 / 564 / 565 / 566 / 567 / 568 / 569 / 570 / 571 / 572 / 573 / 574 / 575 / 576 / 577 / 578 / 579 / 580 / 581 / 582 / 583 / 584 / 585 / 586 / 587 / 588 / 589 / 590 / 591 / 592 / 593 / 594 / 595 / 596 / 597 / 598 / 599 / 600 / 601 / 602 / 603 / 604 / 605 / 606 / 607 / 608 / 609 / 610 / 611 / 612 / 613 / 614 / 615 / 616 / 617 / 618 / 619 / 620 / 621 / 622 / 623 / 624 / 625 / 626 / 627 / 628 / 629 / 630 / 631 / 632 / 633 / 634 / 635 / 636 / 637 / 638 / 639 / 640 / 641 / 642 / 643 / 644 / 645 / 646 / 647 / 648 / 649 / 650 / 651 / 652 / 653 / 654 / 655 / 656 / 657 / 658 / 659 / 660 / 661 / 662 / 663 / 664 / 665 / 666 / 667 / 668 / 669 / 670 / 671 / 672 / 673 / 674 / 675 / 676 / 677 / 678 / 679 / 680 / 681 / 682 / 683 / 684 / 685 / 686 / 687 / 688 / 689 / 690 / 691 / 692 / 693 / 694 / 695 / 696 / 697 / 698 / 699 / 700 / 701 / 702 / 703 / 704 / 705 / 706 / 707 / 708 / 709 / 710 / 711 / 712 / 713 / 714 / 715 / 716 / 717 / 718 / 719 / 720 / 721 / 722 / 723 / 724 / 725 / 726 / 727 / 728 / 729 / 730 / 731 / 732 / 733 / 734 / 735 / 736 / 737 / 738 / 739 / 740 / 741 / 742 / 743 / 744 / 745 / 746 / 747 / 748 / 749 / 750 / 751 / 752 / 753 / 754 / 755 / 756 / 757 / 758 / 759 / 760 / 761 / 762 / 763 / 764 / 765 / 766 / 767 / 768 / 769 / 770 / 771 / 772 / 773 / 774 / 775 / 776 / 777 / 778 / 779 / 780 / 781 / 782 / 783 / 784 / 785 / 786 / 787 / 788 / 789 / 790 / 791 / 792 / 793 / 794 / 795 / 796 / 797 / 798 / 799 / 800 / 801 / 802 / 803 / 804 / 805 / 806 / 807 / 808 / 809 / 810 / 811 / 812 / 813 / 814 / 815 / 816 / 817 / 818 / 819 / 820 / 821 / 822 / 823 / 824 / 825 / 826 / 827 / 828 / 829 / 830 / 831 / 832 / 833 / 834 / 835 / 836 / 837 / 838 / 839 / 840 / 841 / 842 / 843 / 844 / 845 / 846 / 847 / 848 / 849 / 850 / 851 / 852 / 853 / 854 / 855 / 856 / 857 / 858 / 859 / 860 / 861 / 862 / 863 / 864 / 865 / 866 / 867 / 868 / 869 / 870 / 871 / 872 / 873 / 874 / 875 / 876 / 877 / 878 / 879 / 880 / 881 / 882 / 883 / 884 / 885 / 886 / 887 / 888 / 889 / 890 / 891 / 892 / 893 / 894 / 895 / 896 / 897 / 898 / 899 / 900 / 901 / 902 / 903 / 904 / 905 / 906 / 907 / 908 / 909 / 910 / 911 / 912 / 913 / 914 / 915 / 916 / 917 / 918 / 919 / 920 / 921 / 922 / 923 / 924 / 925 / 926 / 927 / 928 / 929 / 930 / 931 / 932 / 933 / 934 / 935 / 936 / 937 / 938 / 939 / 940 / 941 / 942 / 943 / 944 / 945 / 946 / 947 / 948 / 949 / 950 / 951 / 952 / 953 / 954 / 955 / 956 / 957 / 958 / 959 / 960 / 961 / 962 / 963 / 964 / 965 / 966 / 967 / 968 / 969 / 970 / 971 / 972 / 973 / 974 / 975 / 976 / 977 / 978 / 979 / 980 / 981 / 982 / 983 / 984 / 985 / 986 / 987 / 988 / 989 / 990 / 991 / 992 / 993 / 994 / 995 / 996 / 997 / 998 / 999 / 1000

In May 2024, Sonos released a completely rebuilt and overhauled mobile app for Android and iOS. The new software was meant to improve performance, make the app feel more customizable, and allow for new features in the future. But customers immediately complained about countless bugs, degraded Sonos speaker system performance, and features that had gone missing.

The controversy effectively torpedoed Sonos' reputation with many customers. In the months since, Sonos has worked to regain their trust, address issues with the redesigned app, and bring back features that were absent at launch. The company still hasn't fully recovered from its enormous mistake. On January 19th, 2025, Sonos announced CEO Patrick Spence would step down after he was unable to turn things around.

AAR VE
Chris Welch

Sonos' interim CEO hits all the right notes in first letter to employees





EX

DISRUPTION
MARKETING
VUCA

INBOUND MARKETING
PERVASION

UX

IA

PERSONA

HYBRID

ENGAGEMENT

IOT

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 FDE (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

IIOT

Health-Tech

wearable

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

BigTech

METAVERS

UX



KUEHNE+NAGEL



UX
CX
EX

SX

@kratiroff | ©2025

k ∞ Ql x t x At



Blind Test

Blind Test



Google

pdf au dd

À propos 2 000 000 résultats (0.45 secondes)

Ex: Search for English results only. You can specify your search using page in fr

Au DD

1 000 000 000

Paroles
A-D-D

Où passe, le ciel est, le peu, il y a des regrets, d'avoir ton bébé
Plein de chose toi, j'apprends la nature, mais garde plus, l'air de PNL
Z'achève un à la fois, des affaires, des plans dans le ciel, un peu trop petit.

Source: YouTube



Google

pdf au dd

À propos 2 000 000 résultats (0.45 secondes)

Ex: Search for English results only. You can specify your search using page in fr

Au DD

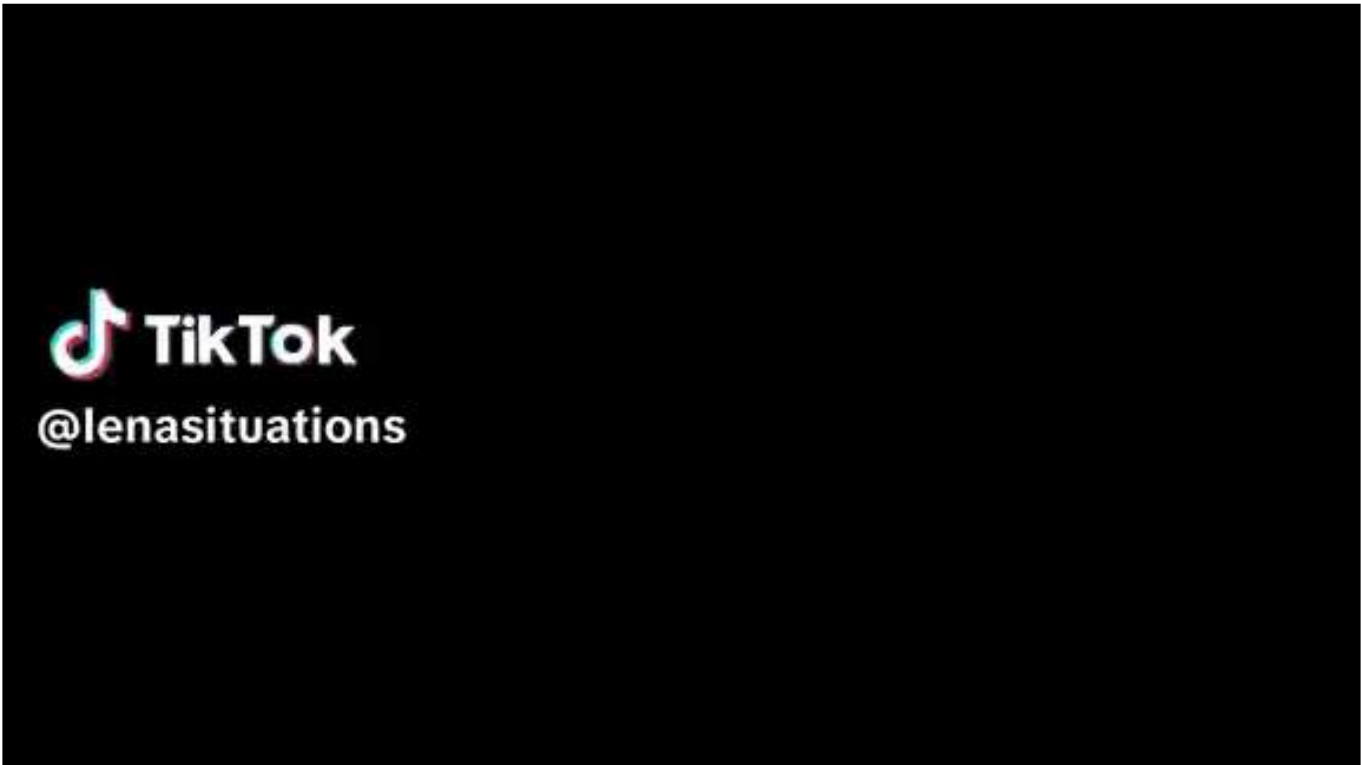
1 000 000 000

Paroles
A-D-D

Où passe, le ciel est, le peu, il y a des regrets, d'avoir ton bébé
Plein de chose toi, j'apprends la nature, mais garde plus, l'air de PNL
Z'achève un à la fois, des affaires, des plans dans le ciel, un peu trop petit.

Source: YouTube

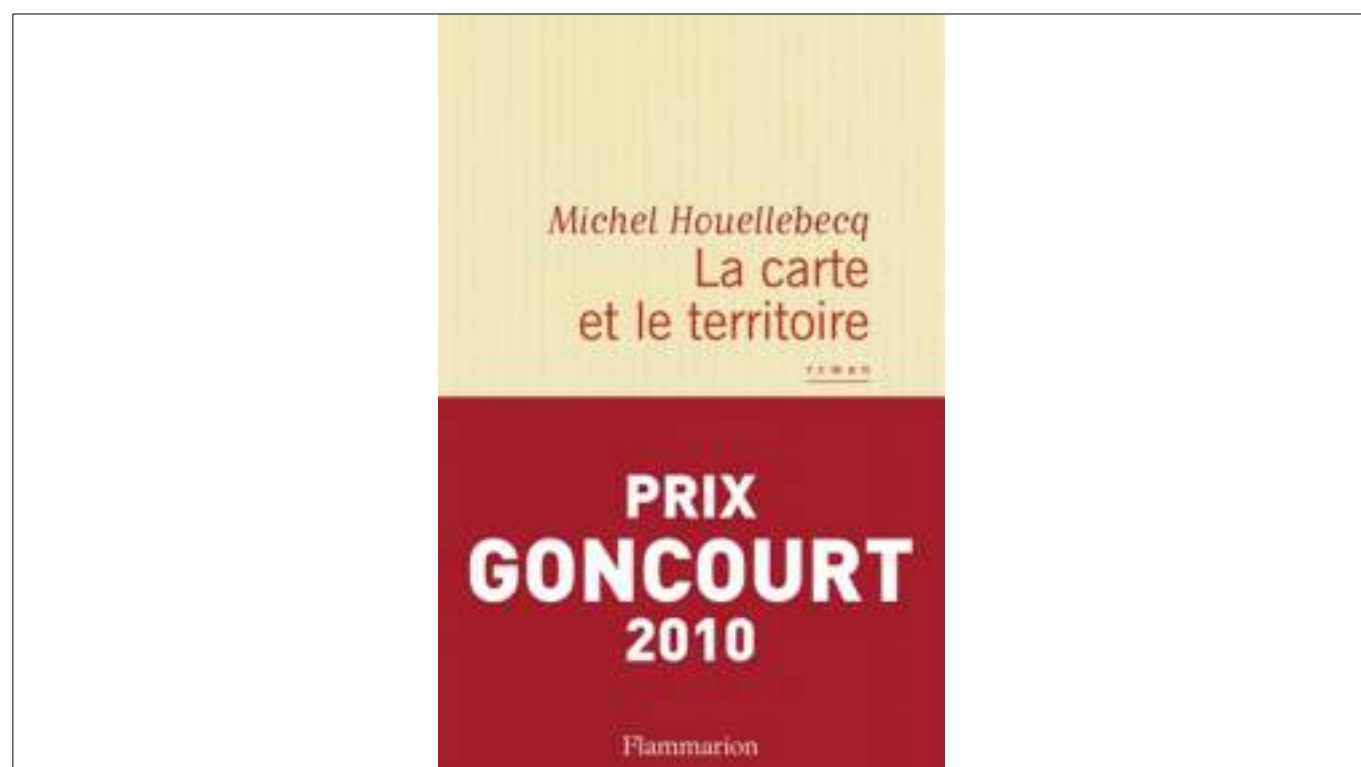






Antoine de Saint-Exupéry - On ne voit bien qu'avec le coeur. L'essentiel est invisible pour les yeux.





Transformation Digitale *[Digital Mindset]*

- | | | |
|---|-------------------------|-----------|
| ① | 1 Écosystème - FOE | Atelier 1 |
| ① | 2 Stratégie - FOI | Atelier 2 |
| ① | 3 Relation Client - FOX | Atelier 3 |
| ① | 4 Management - FOW | Atelier 4 |
| ① | 5 Plan Digital | Atelier 5 |

KUEHNE+NAGEL



Le digital
est une
révolution
humaine;

**The
biggest asset
in the world
is your mindset.**


gary vee / vaynerchuk media

@kratiroff | © 2025

Le digital
est une
révolution
humaine ;

mindset



DigitalMindset



The old way
is getting
old.

On a
toujours fait
comme ça / ça ne
marche plus.

LesNouveauxMarketing.com/trans-digitale

Voyage dans le DEEP WEB avec hubert kratiroff



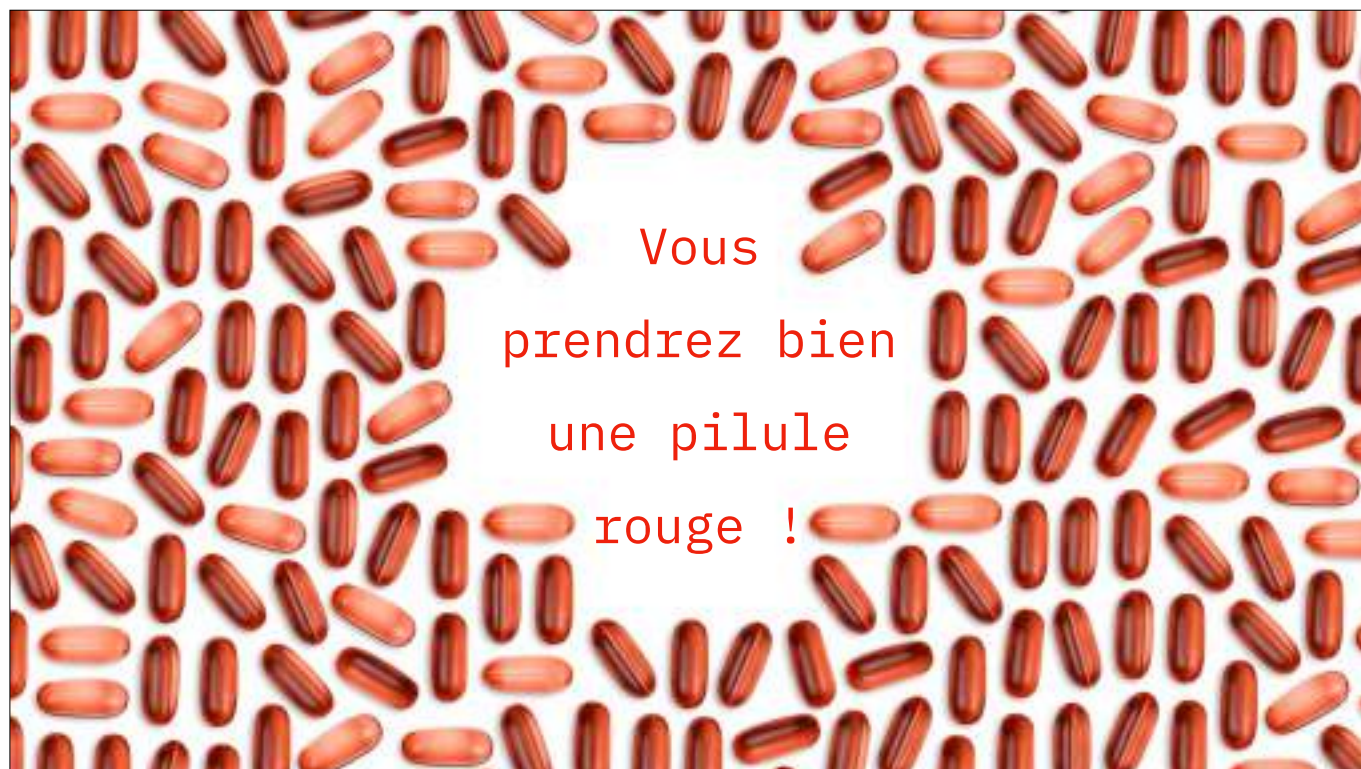
early makers
since 1872

em
lyon
business
school



Linktree*





Inspire. Empower. Deliver.



THIS PAGE IS INTENTIONALLY LEFT BLANK

Future of Economy

1

Environnement Digital

JAN 2025

 early makers
since 1872

em
lyon
business
school

FOE

Future of Economy : FOE

 early makers
since 1872

em
lyon
business
school

4ème révolution industrielle

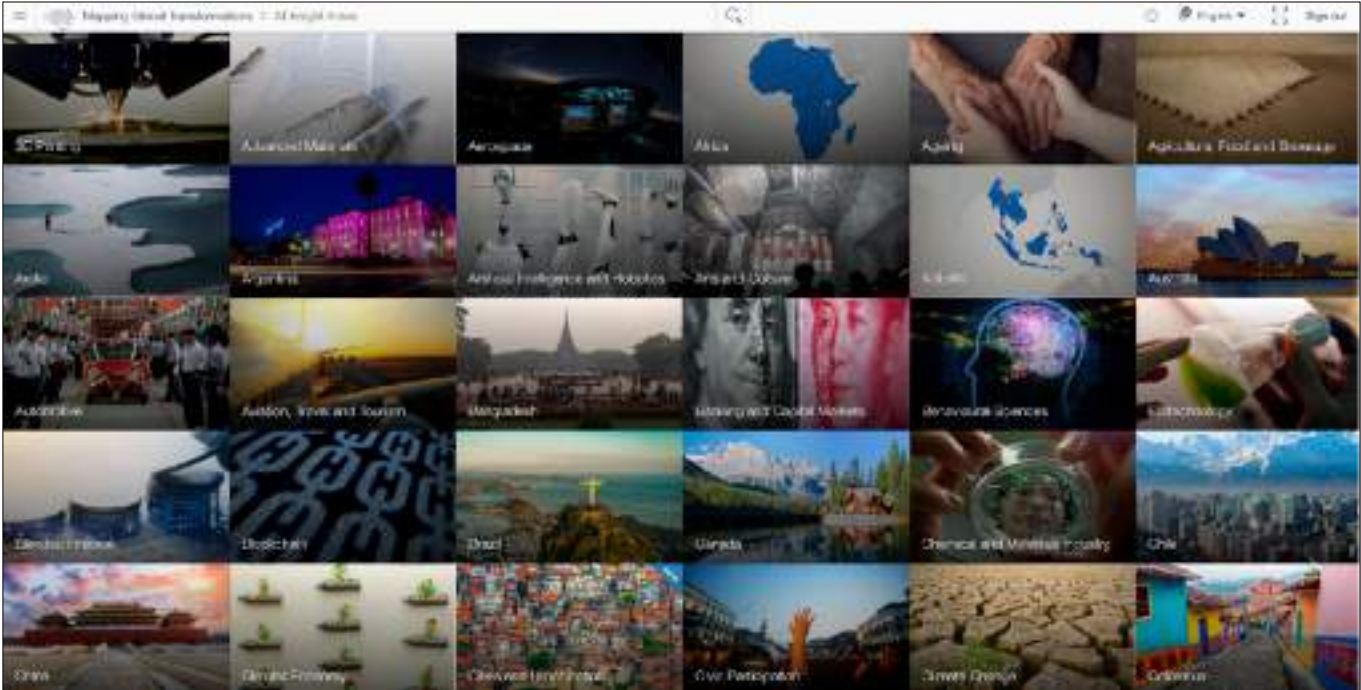
Vapeur + moteur

Électricité

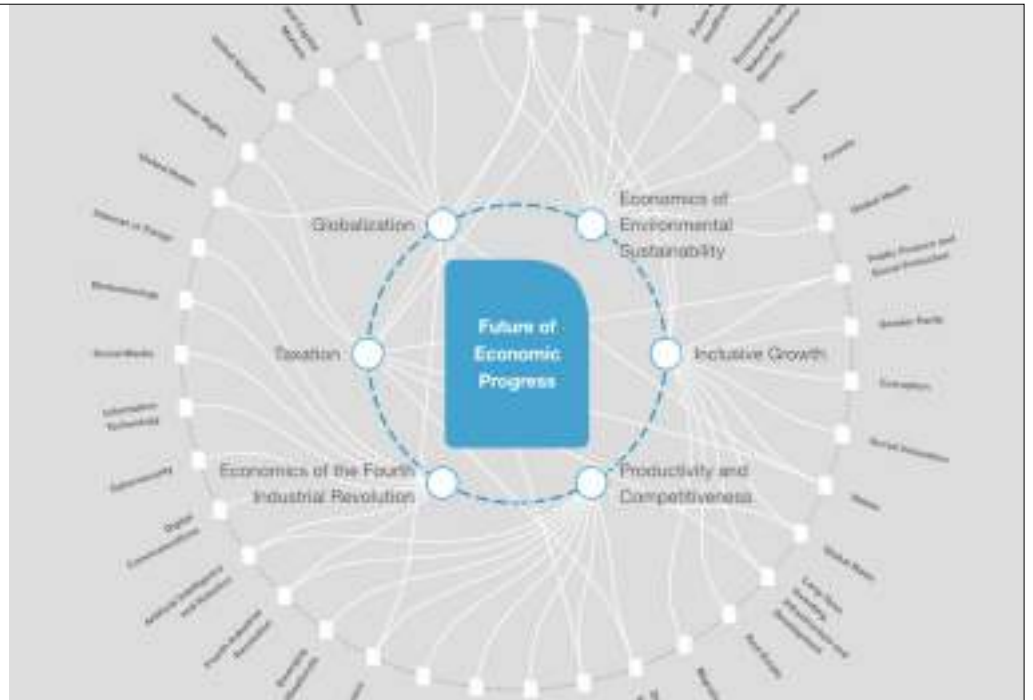
NTIC

NBIC

∞

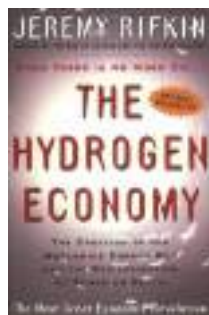
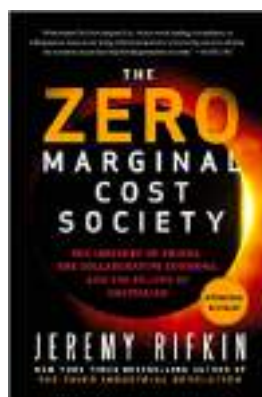
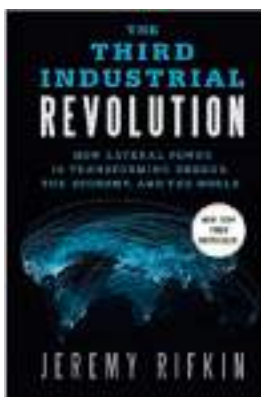


<https://toplink.weforum.org/knowledge/insight/a1Gb0000001hXcwEAE/explore/summary>



<https://toplink.weforum.org/knowledge/explore/all>

<https://toplink.weforum.org/knowledge/insight/a1Gb0000001hXcwEAE/explore/summary>



3^{ème} révolution industrielle

Vapeur + moteur

Électricité

NBIC (inclus NTIC)

Michel
SERRES

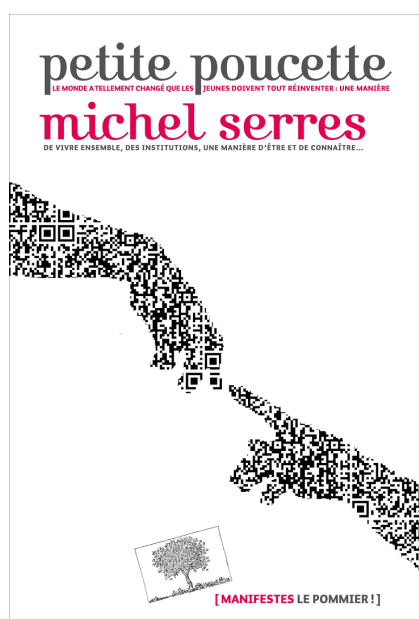
-3000 écriture
1450 imprimerie/chiffre
2000 NBIC



Luc
FERRY

1800 Vapeur
1900 Électricité
2000 NBIC





RÉVOLUTIONS : SOCIALE ÉCONOMIQUE TECHNOLOGIQUE

51

**RÉVOLUTION AGRICOLE
INDUSTRIALISATION
TERTIARISATION
DIGITALISATION**



Transformation Digitale

TRANSITION - PRODUIT

TRANSITION - MARKETING & PROCESS



Transformation Digitale

PRODUCT
MARKETING & PROCESS



TRANSITION Produit - Service - Offre

Innovation - Numérique - NBIC

Value Proposition

Product management - Fabrication



Durabilité - Empreinte CO2

Frugalité - Responsabilité

Écosystème

RSE - CSRD



UX - CX

La voix du client - Expérience fluide

Marketing digital - Communication digitale

Omnicanalité



TRANSITION Méthodes - Process

Outils numériques & Agilité

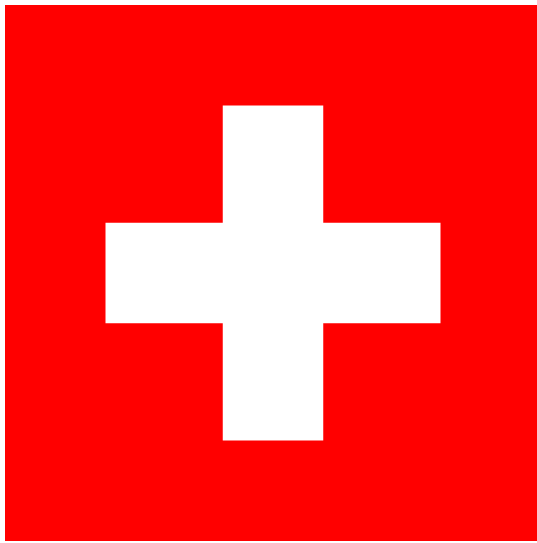
Management - Travail - RH

Finance & Supply Chain



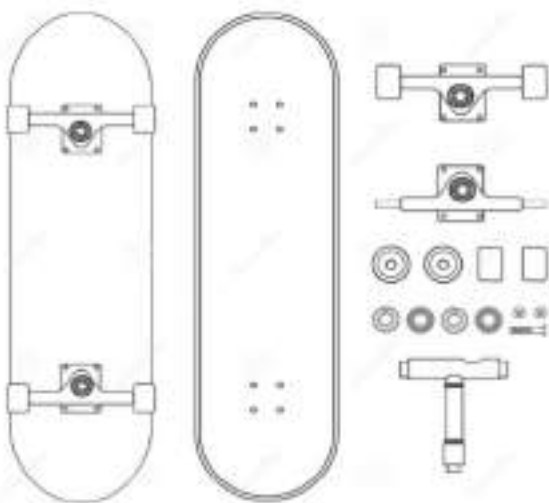
Nouveaux Business Modèles





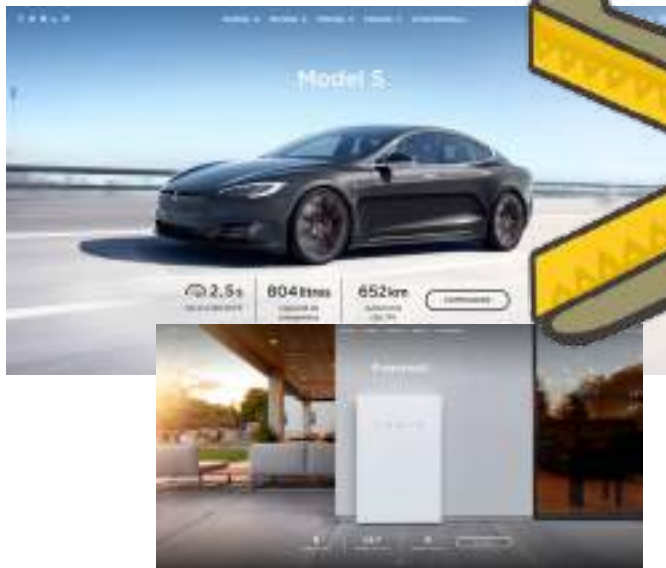
Why we buy: Features vs *Jobs*

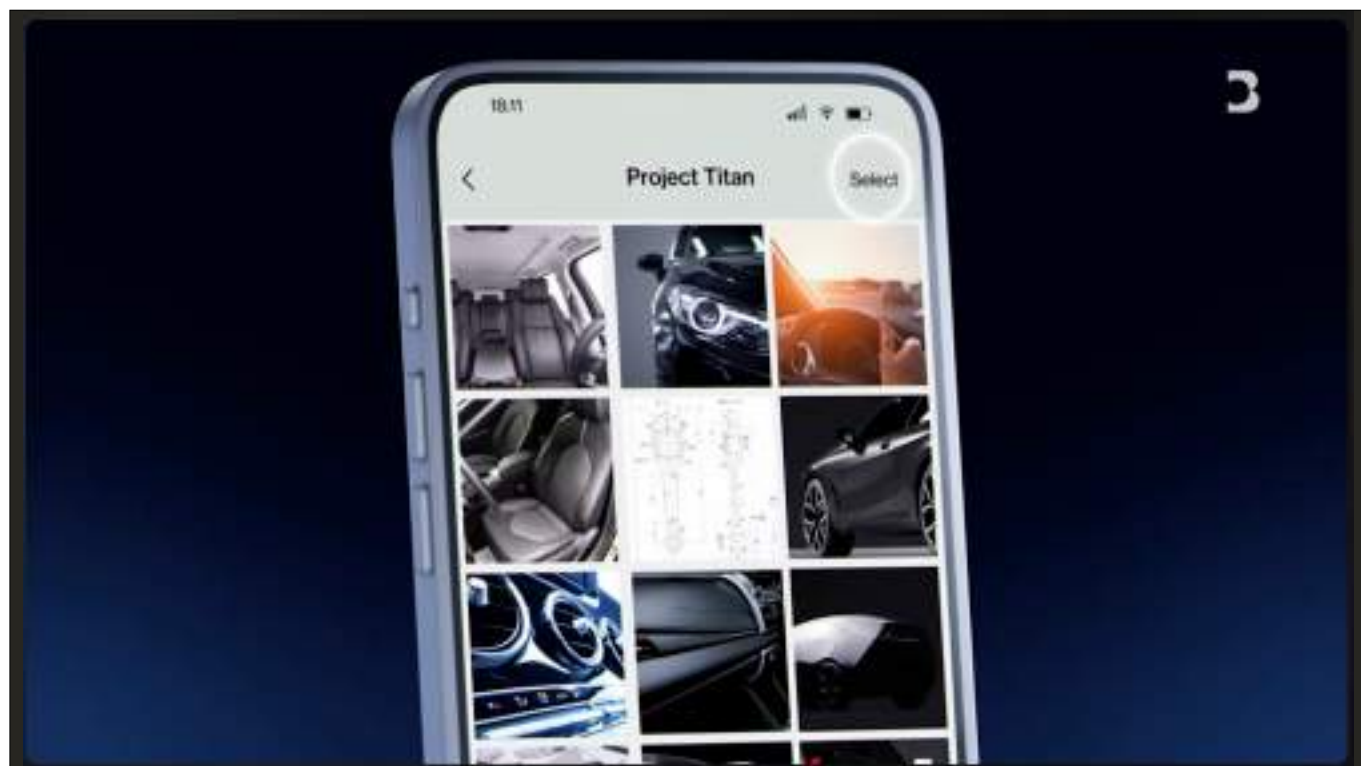
Even though people buy this...



...they **really** want this







TNMT

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



Notes: Airlines selected based on # of passengers transported in 2019; market cap as of Oct. 26, 2020.
Source: Lufthansa Innovation Hub, TNMT.com, Yahoo Finance

Lufthansa Innovation Hub

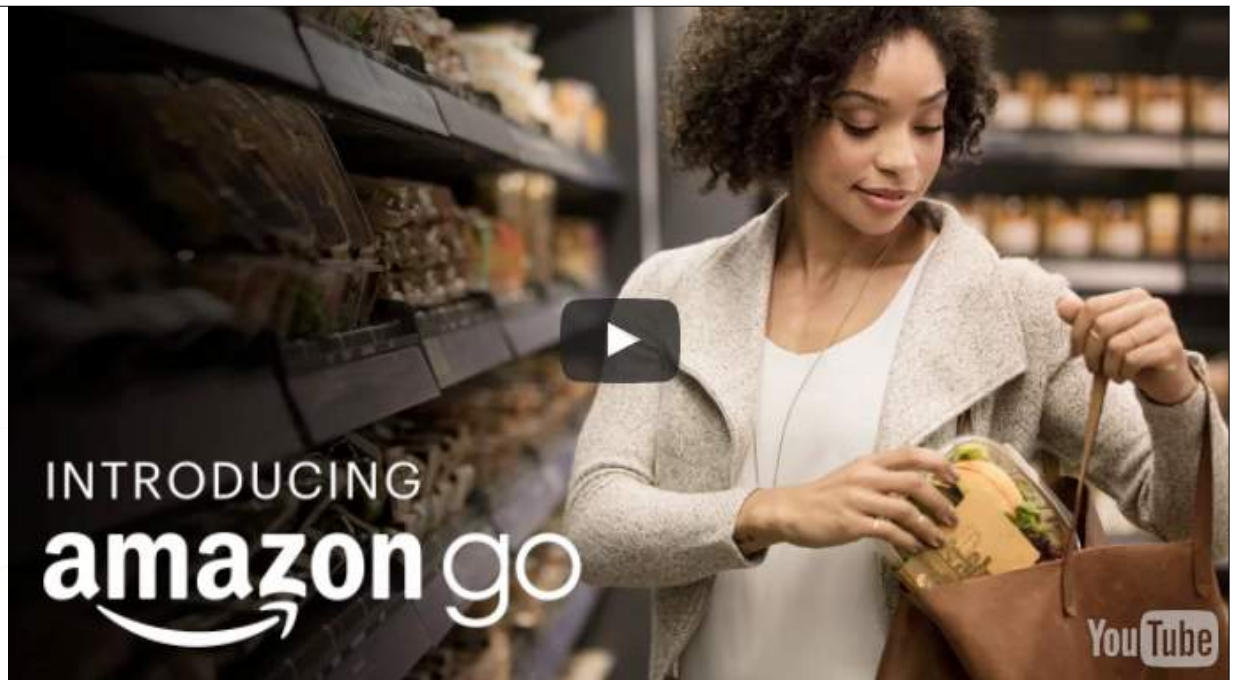
Lufthansa Innovation Hub

“Culture belongs at the center of your strategy.”

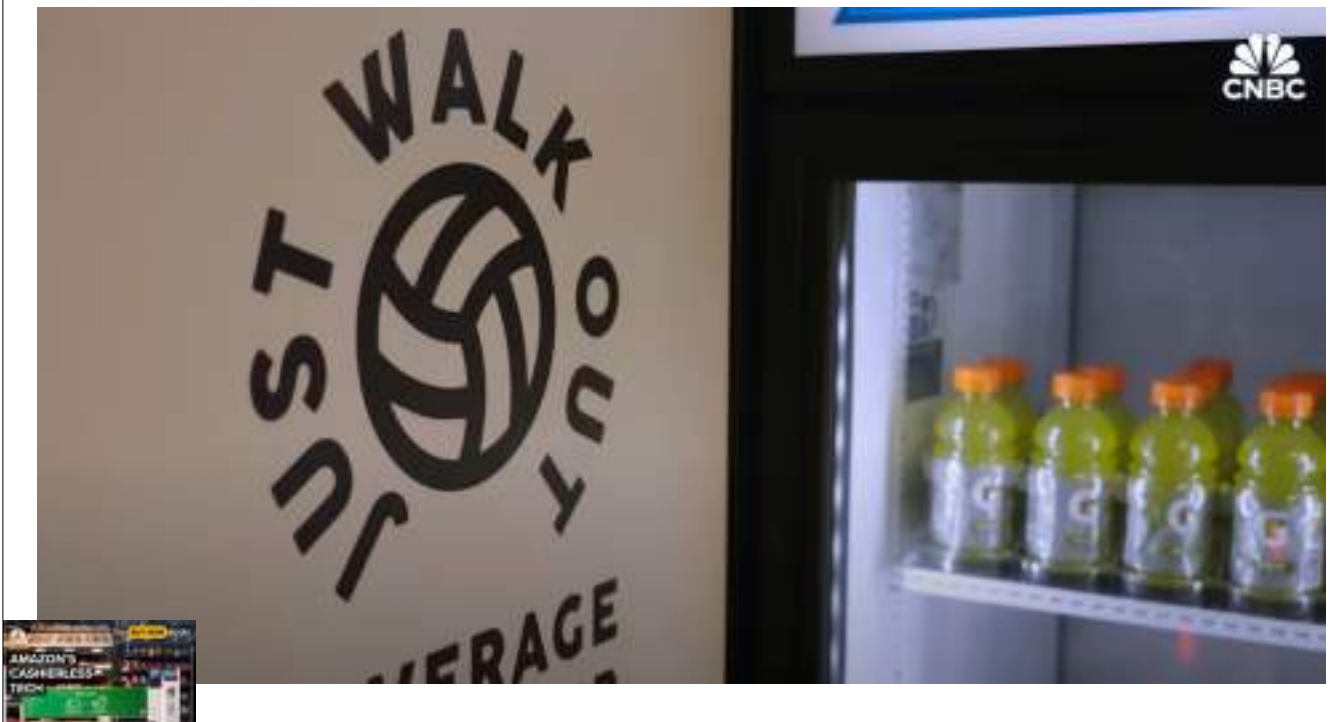


WE DESIGN THE HAPPY JOURNEY OF TOMORROW





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





85



11/11/2022

???

100 milliards \$

2023/24 : divisé en 6



Hubert Kratiroff

France



Scan the QR code to add me on WeChat

wikinomics
thingonomics (IOT)
GIG
blue
economics
new
macro
micro
sha | ring
offer
platform
barter
attention
nudge
gift
neuro
collaborative
comportementale
market
economy

gov aero wine water
ed ag
food legal civic travel
mar -TECH insur
green prop med
cal* ad fin deep

* jeu de mot californien

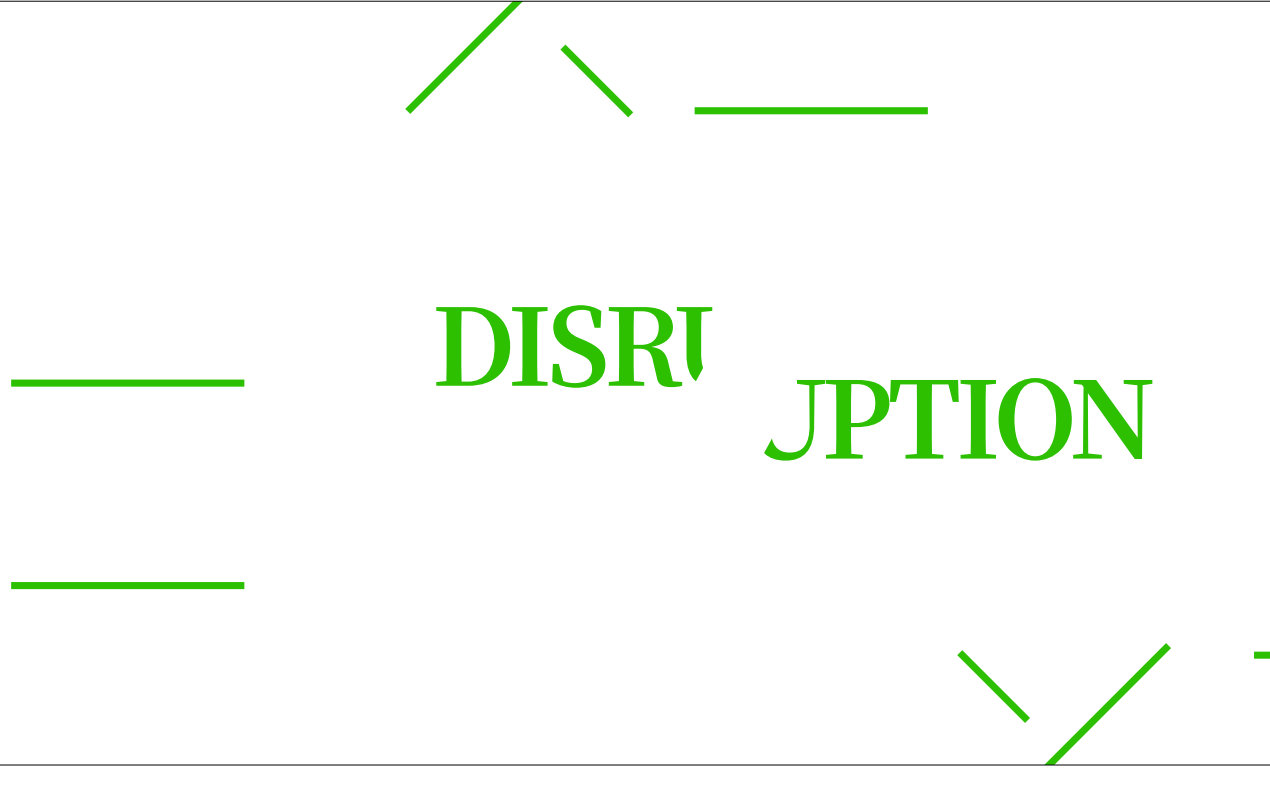
GAFA

KHOL

Star du Luxe

GAFA
Big Tech
Magnificent7

Hyper Scaler / Devil



DISRUPTION

GAFA

Google * Amazon Facebook ** Apple

NATU

Netflix Airbnb Tesla Uber

BATX

Baidu Alibaba Tencent Xiaomi

MSNT

Microsoft Salesforce NVIDIA Twitter***

BEY

Booking Expedia Yandex****

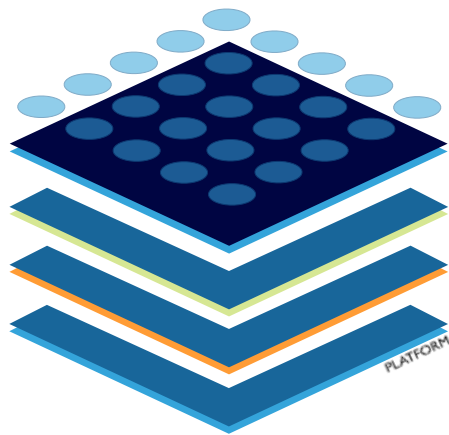
BDHB

Bytedance DJI Hikvision BYD

* Alphabet ** Meta = MAAA

X. * Huawei / Cisco / Oracle Naver

servicisation
disruption
uberisation
tycoonisation
platformisation

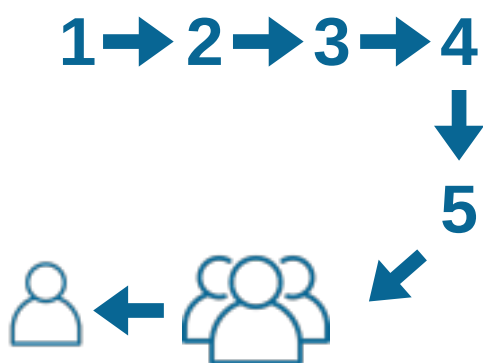


PLATEFORME
économie biface

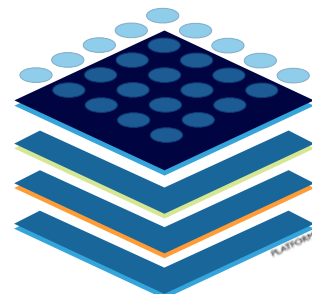




économie classique
intermédiaires



économie plateforme
couches

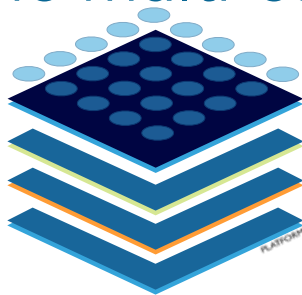




PLATEFORME économie biface

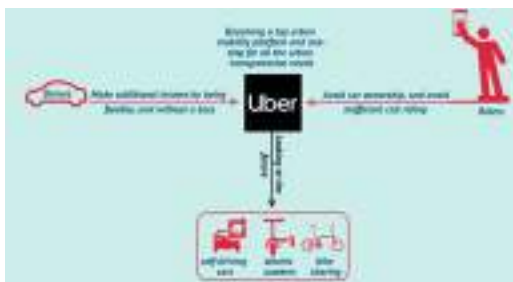


Plateforme multi-couches



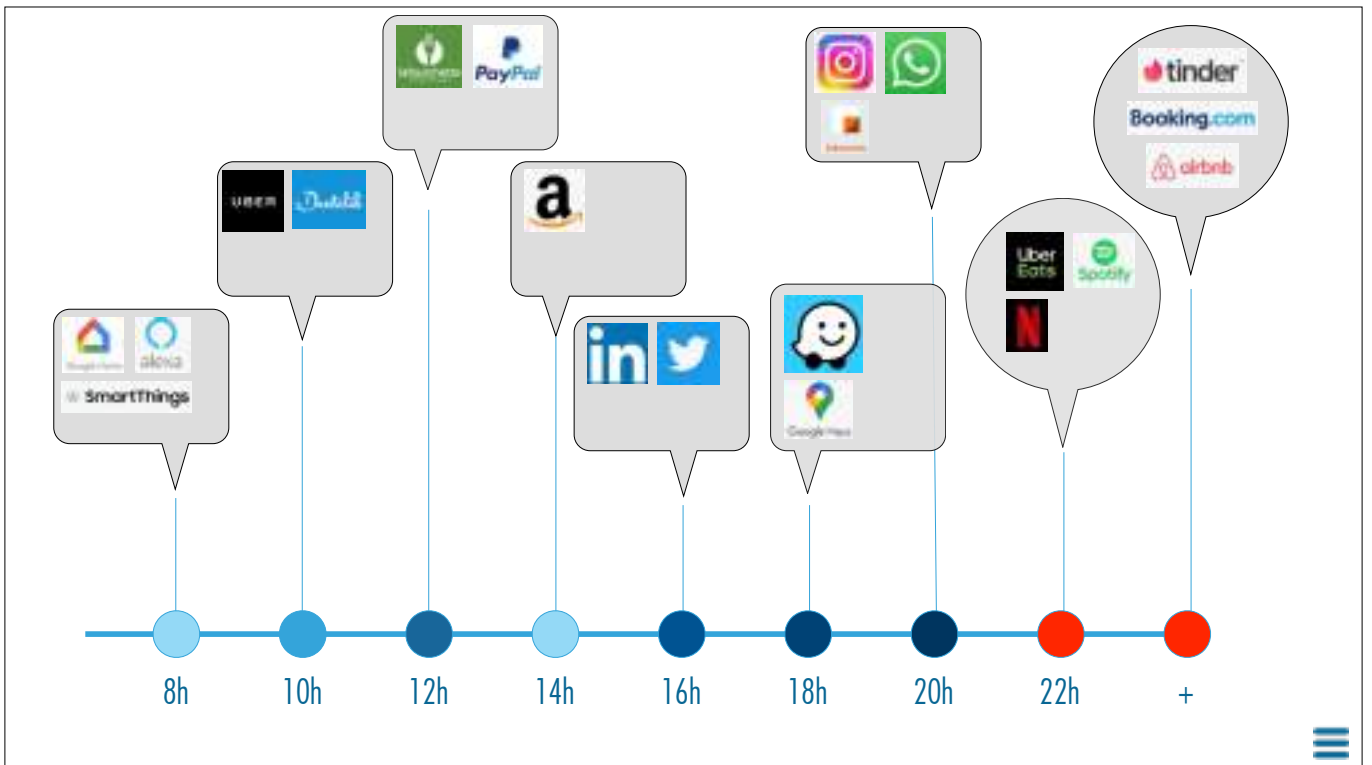
- 1/ écosystème
- 2/ données
- 3/ réseau / commercial / transactions
- 4/ infrastructure logicielle / virtuelle
- 5/ actifs réels et tangibles

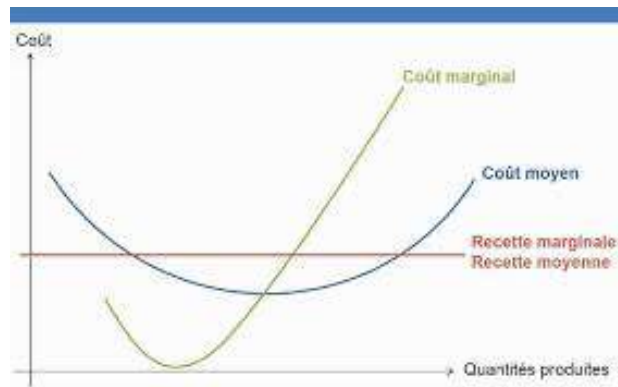
Plateforme multi-faces



- 1/ patient
- 2/ pharmacien
- 3/ infirmier
- 4/ docteur
- 5/ labo
- 6/ instance (cpam, ameli, sécu, mutuelle)







BEST SELLING AUTHOR
JEREMY RIFKIN



**soit on invite
l'écosystème sur
notre plateforme**

**soit on se retrouve sur
une plateforme tiers**



SITL
SALON INTERNATIONAL DU TRANSPORT ET DE LA LOGISTIQUE
1-3 AVRIL 2025

» IAA
TRANSPORTATION

IAA TRANSPORTATION
Highlights 2024



ESG

RSE - durabilité - empreinte CO2







OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE





Collection Ride Protect Share

Q E P FR |



MindGeek

HOME

ABOUT

SERVICES

TECH

CAREERS

CONTACT

Build your future
with a career at
MindGeek

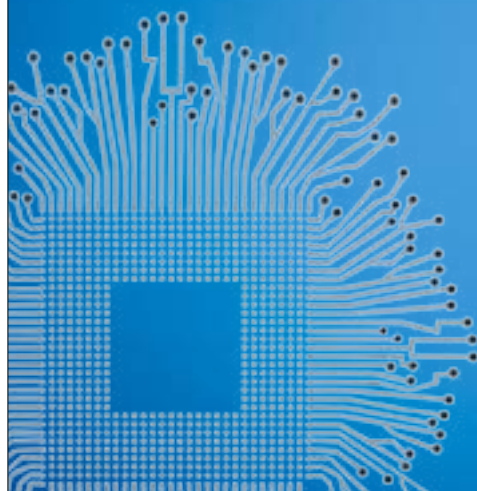
If you enjoy working in a fast paced environment and collaborating side by side with the industry's best talent, then we'd like to meet you.

[Apply Now](#)

Étude ShiftProject de Janco

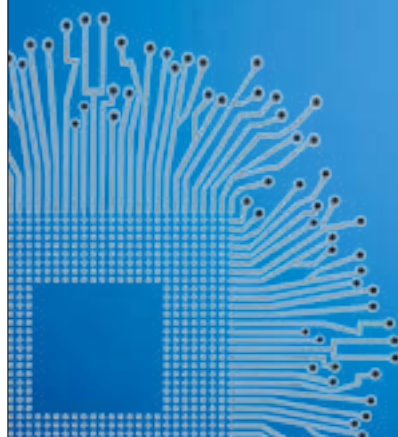
VIDEO

1%



Monde Numérique
et Digital 2030
(device + stock + flow)

6%



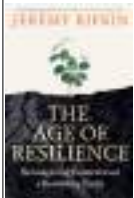


OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE



« Nous devons
apprendre à fleurir
et non plus à grandir »

Jeremy Rifkin



sharon-pittaway-unsplash

Il n'y a pas de transformation digitale
il n'y a que des preuves de changements
digitaux
numériques
cyber
technologiques
ESG CSR RSE

?



Atelier Workshop Use-Case



 Market
potential

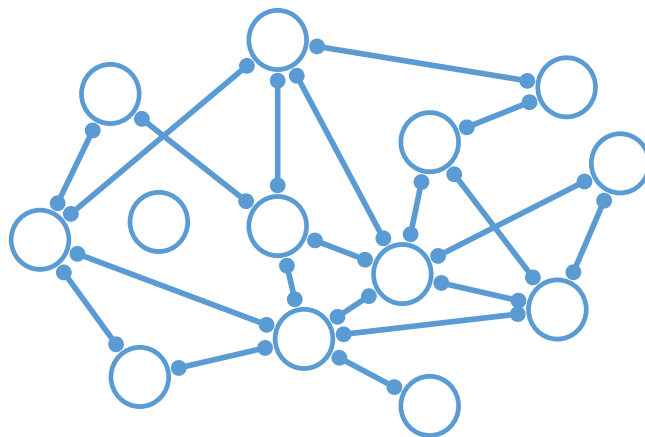
Qui disrrupte
les
BATXBDH ?

#oldWORLD

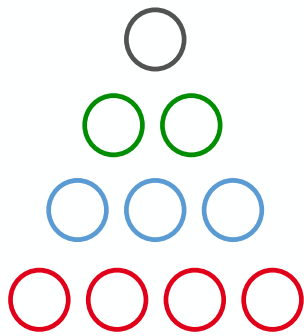


BLOCK CHAIN

DeFi : decentralized finance

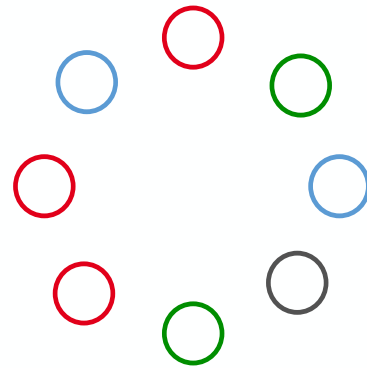


DAO: decentralized autonomous organization



Top-Down

old / XXe century / hierarchy / pyramid / slow
silo / secure / indirect /



Holacracy

new / Zappos / fast / risky / direct / Robertson



DNVB



“

Il n'y a pas de digital,
il n'y a que des
preuves de digital

”



HK
Pierre Reverdy (1889-1960)

News Feed Tech



New AI tech in Amazon vans spotlights packages to save drivers effort and time

Amazon to deploy 1,000 electric delivery vans with Vision-Assisted Package Retrieval by early 2025.



Written by Ben Labadie

Last updated: October 8, 2024

L'INNOVATION AUSSI IMPORTANTE QUE LE MARKETING



DIGITALISATION DES POINTS DE VENTE : DE NOMBREUSES POSSIBILITÉS,



Écrans interactifs



Tablettes interactives



QR code à scanner sur téléphone portable



Technologie NFC & RFID



Miroir connecté



Vitrines connectées



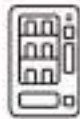
WiFi



Étagères connectées



Caméra d'inventaire



Distributeurs automatiques



Chariot connecté



Check-out autonome



Paiement via mobile/app



Réalité augmentée en magasin

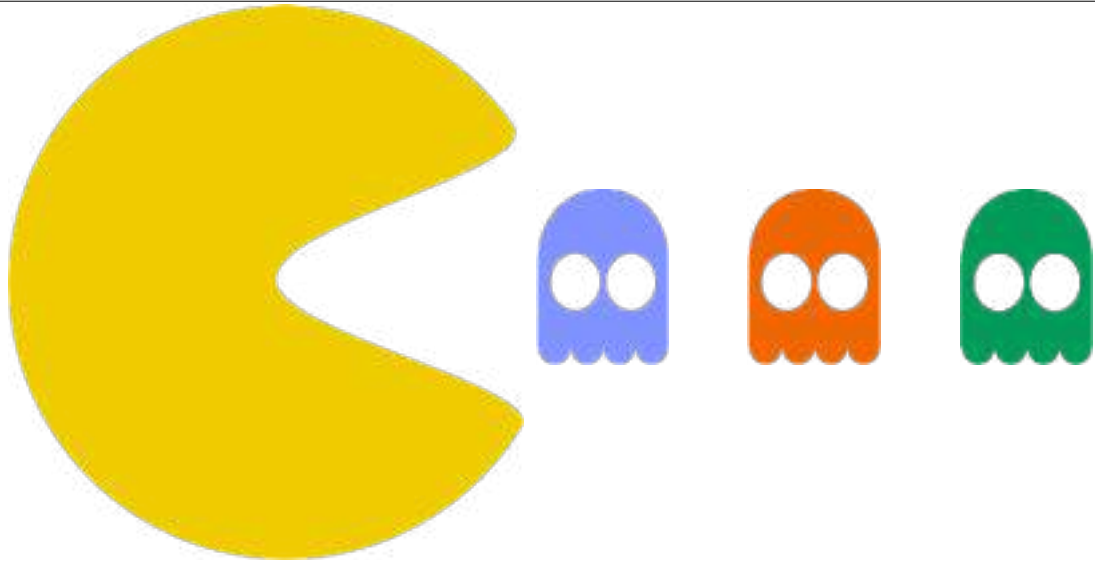


Robots

Cargo Cult

https://fr.wikipedia.org/wiki/Culte_du_cargo





CULTURE EATS STRATEGY FOR BREAKFAST



Peter Drucker

THIS PAGE IS INTENTIONALLY LEFT BLANK

Future of Internet

2

INNOVATION JAN 2025

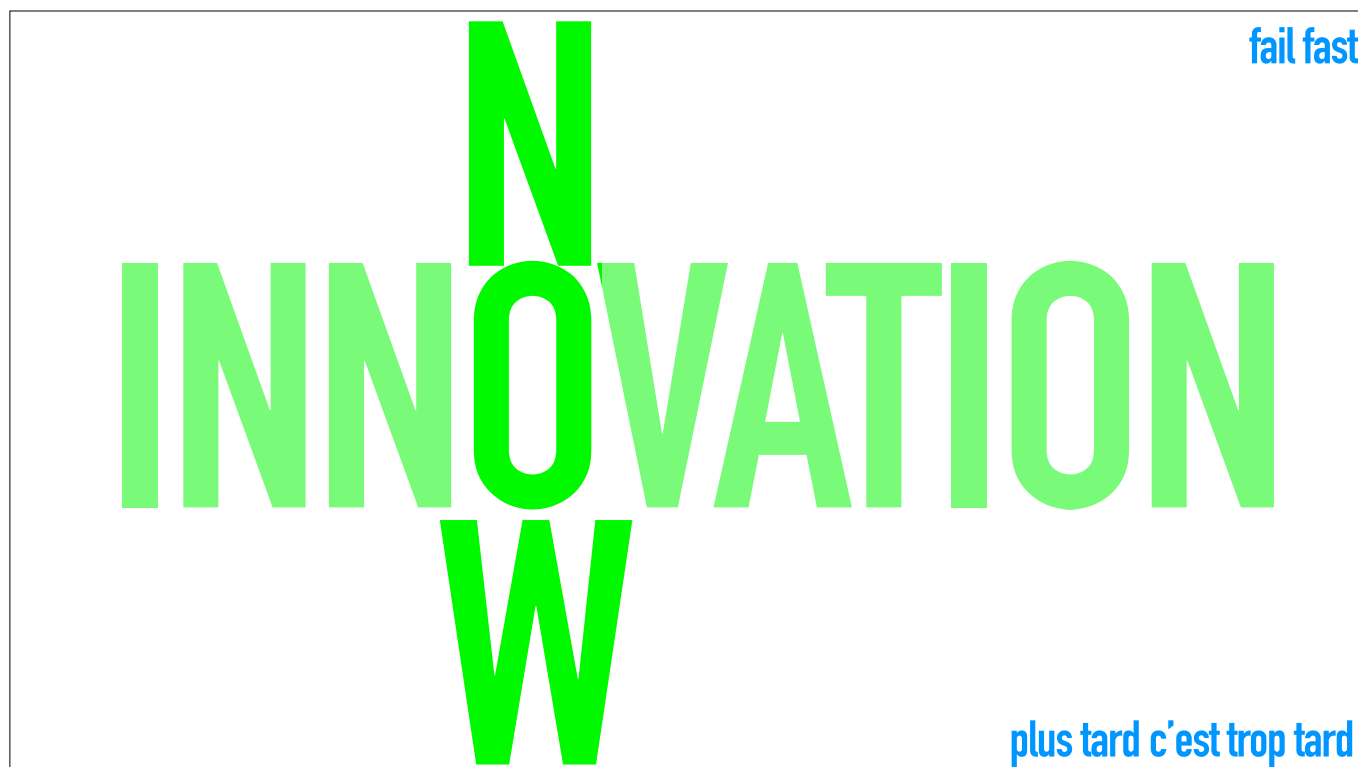
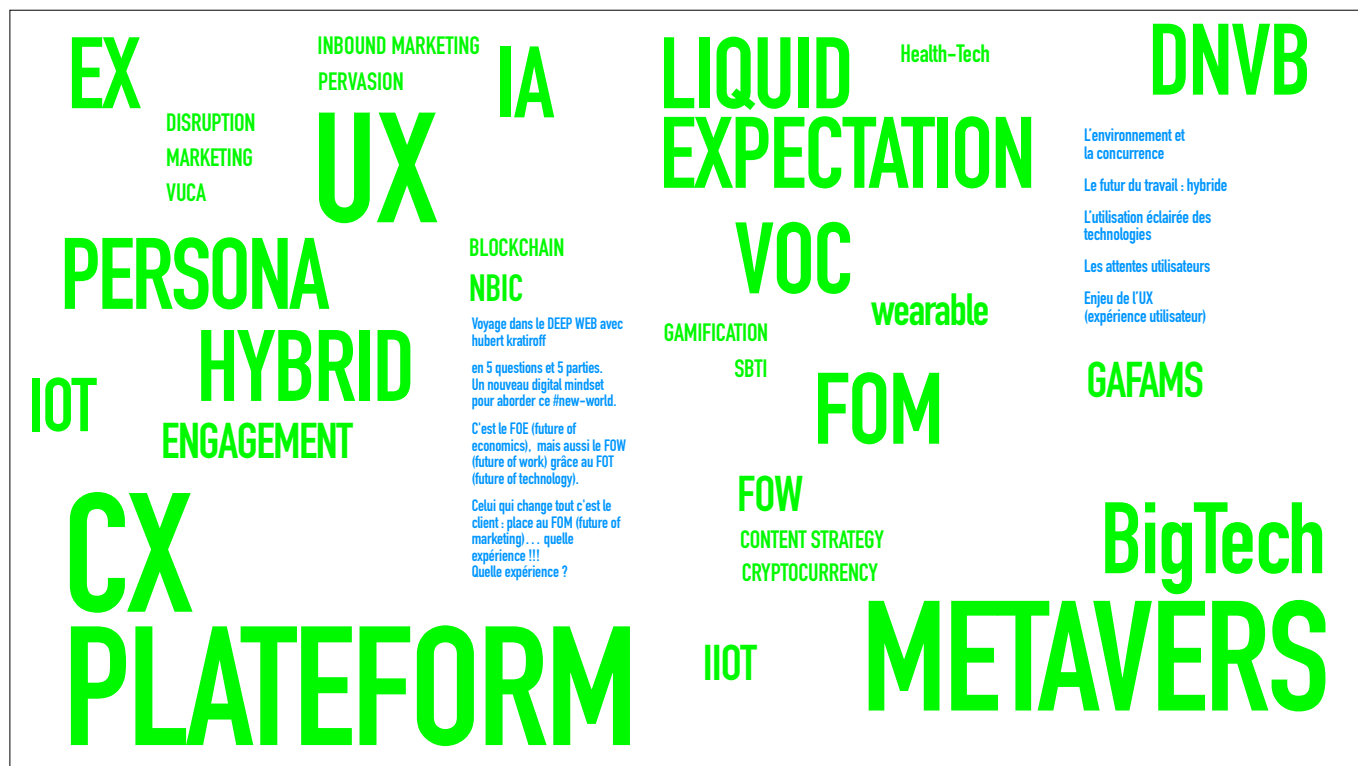
 early makers
since 1872

em
lyon
business
school

FOI

 early makers
since 1872

em
lyon
business
school





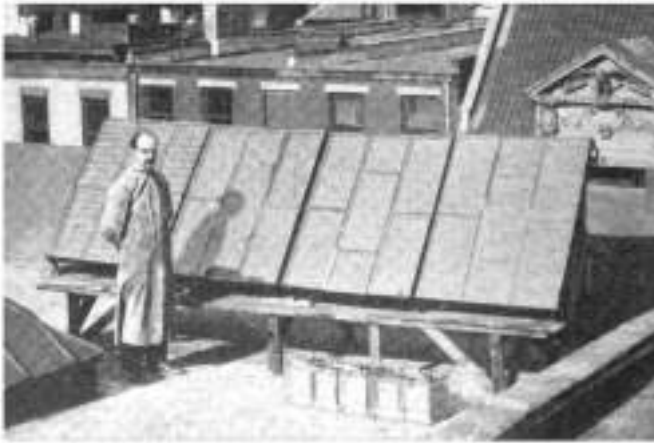
Royal Oak

With its steel case, octagonal bezel, "Tapisserie" dial and integrated bracelet, the Royal Oak overturned the prevailing codes in 1972 and took its rightful place as a modern icon.



ORIGINAL GOLD





It has been the location of many commercial activities during the past two centuries that the energy expended by any individual or community has been determined by the location of the energy source. Thus the power derived from human musclepower and the combustion of firewood, which was the only source of energy available to the world prior to the use of steam power, led to the location of all the major cities in the world. The location of the energy source and other considerations, such as the availability of land, water, and other resources, also played a role in the location of cities. The location of the energy source and other considerations played a role in the location of cities. The location of the energy source and other considerations played a role in the location of cities.



INTERNET
DIGITAL



**#innovation
AI or DIE**

NBIC

Convergence de technologies à appliquer :
1/ aux produits/services
2/ aux processus de l'entreprise

NBIC

Nano : techno, petits matériaux 10^{-9} , LK99, H, graphène, supraconducteur, bot...

Bio : techno, mimétisme, blob, axolotl, morphogénèse, bioengineering...

Informatique : IOT, IIOT, 3Dprint-Additiv Blockchain, Quantique, Token, NFT, BOT, Algorithme, industry4.0, cybersécurité...

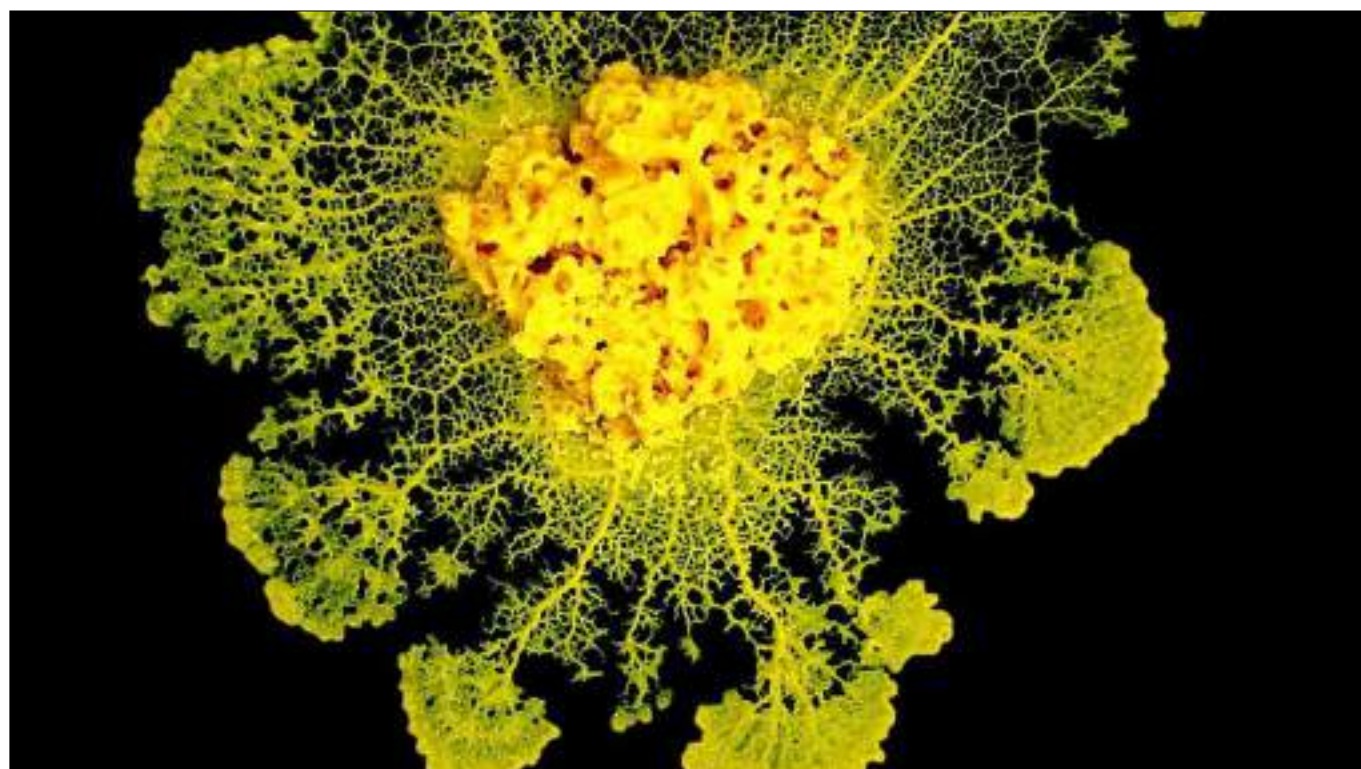
Cognitif : IOB, IA, ML, MOOC, edTech, SGE apprentissage adaptif, neuro-science, métavers...

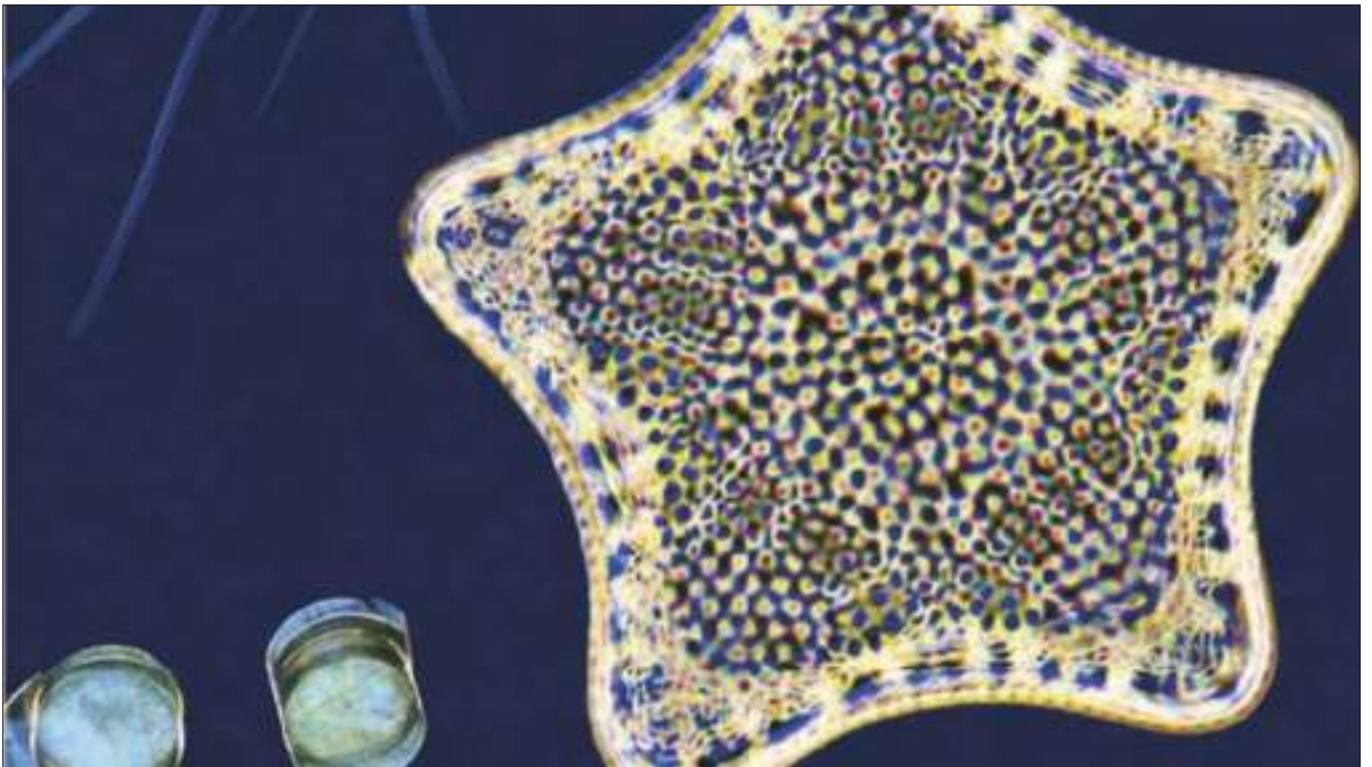


IKB79

LIQUIDE

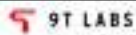








FORTNITE

[SOLUTION](#)[INDUSTRIES](#)[RESOURCES](#)[COMPANY](#)[GET IN TOUCH](#)

Want to get started?

[CONTACT US HERE](#)

EXAMPLES OF APPLICATIONS WHERE WE CAN SUPPORT YOU

From Concept to Reality



AIMING ARM INSTRUMENTS

Shedule aiming arms that are light, reusable and endure many operation cycles. Reduce material waste by 60%, while increasing structural integrity and performance.

[READ MORE](#)

TAILORED ORTHOPEDIC IMPLANTS

Create orthopedic implants with adaptable size and distribution to match patient-specific body structure.



X-RAY TRANSLUCENT TOOLS

Make tools that enable the in situ verification of the correct position of the whole fixation system. Maximum accuracy and durability for better reliability.

CONTINUOUS FIBER COMPOSITES
FOR HIGH VOLUME PRODUCTION
THROUGH ADDITIVE
MANUFACTURING





LoRaWAN®

**Senet et Eutelsat s'associent pour un réseau LoRaWAN
IoT véritablement mondial**



PREMIUM



STARLINK PREMIUM



SWARM

THANK YOU FOR YOUR INTEREST IN ORDERING STARLINK®

Starlink Premium is not yet available in your area. Please check back for future availability in your area.



aas



Marc Andreessen

Software is eating up the world*



* Marc Andreessen
in Wall Street Journal

Intelligent Machines

**Nvidia CEO: Software
Is Eating the World,
but AI Is Going to Eat
Software**



andreessen.
horowitz IT'S TIME TO BUILD

Portfolio Team Focus Areas Content About Jobs

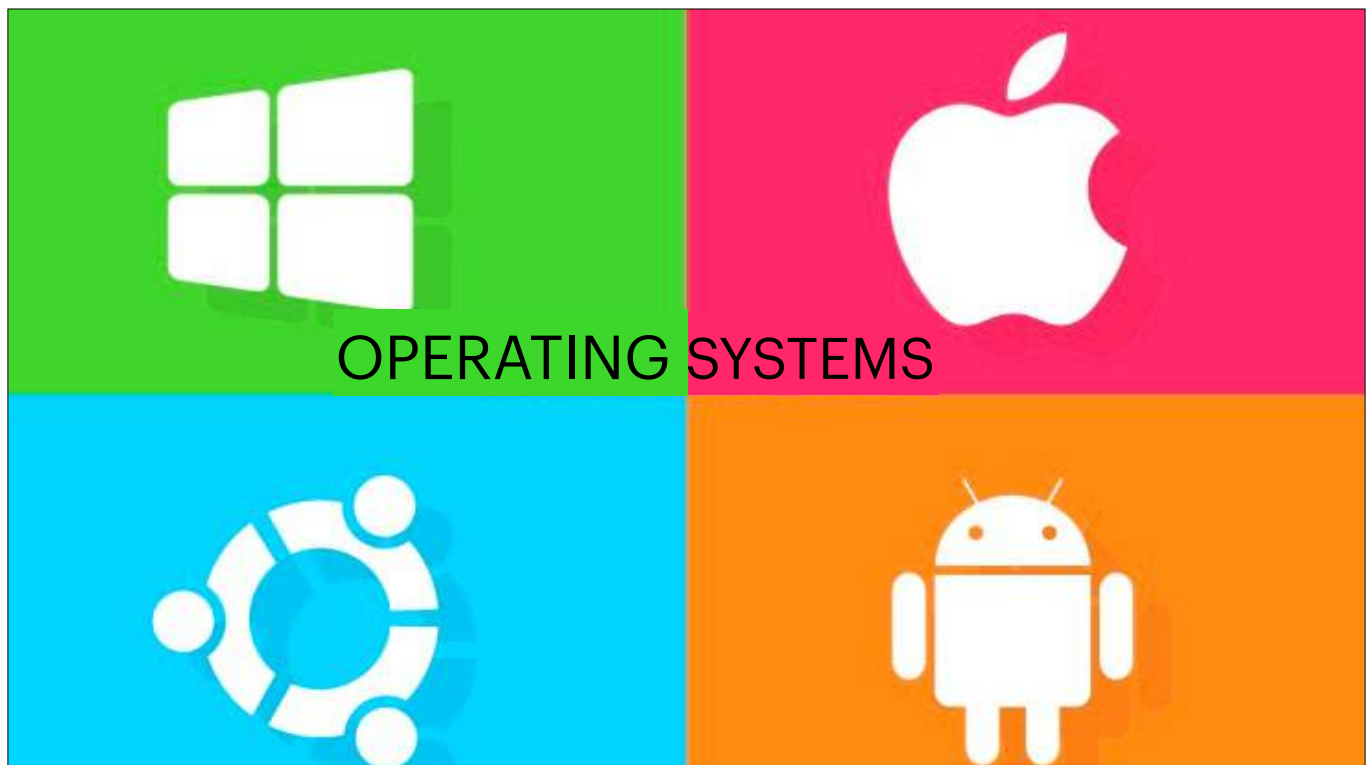
Understand the Future, Now

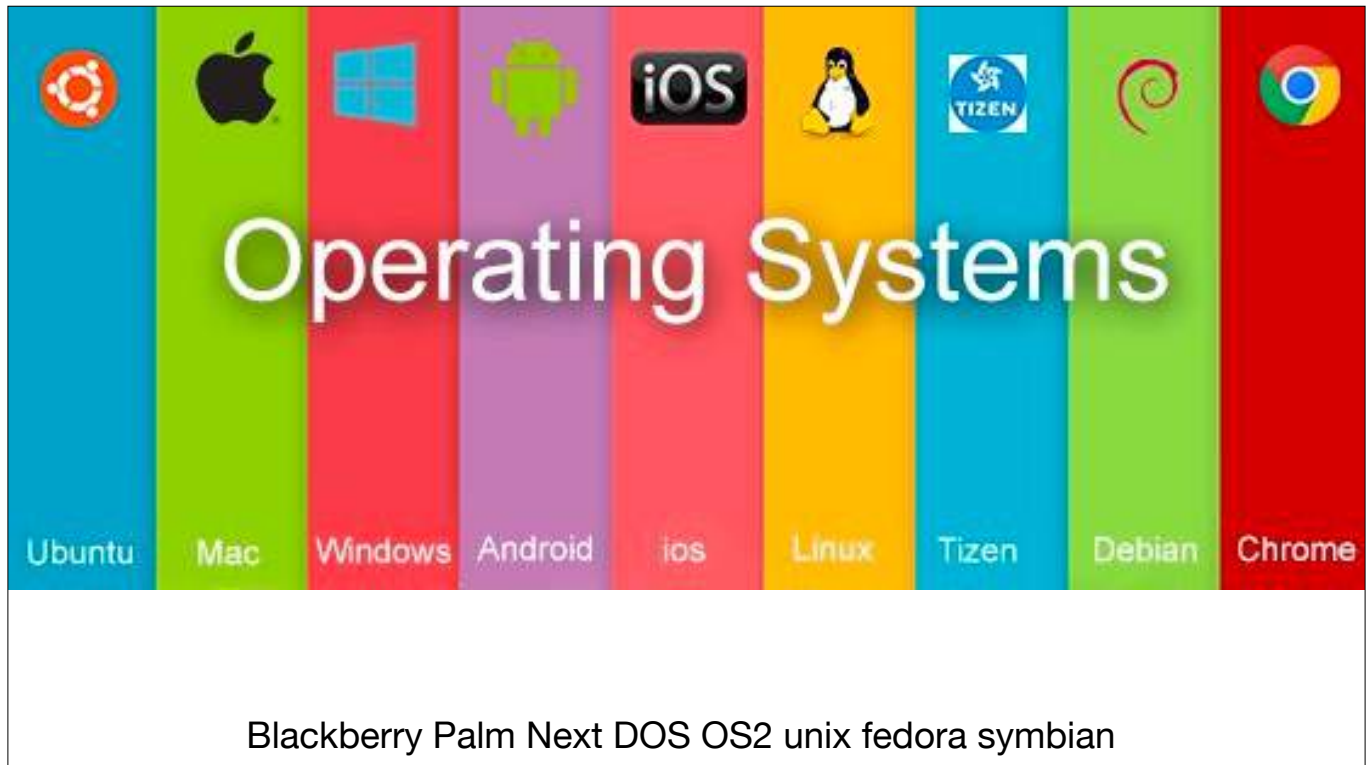
Software is eating the world. Future is your guide from a16z to technology, innovation, and where it's all going.

[Go to Future »](#)

Software is eating the world
WEB 1.0 —> 3.0

 a16z.com





Operating System : OS

Linux

Windows

Android

IOT

IOB

HomeKit

CarPlay

TeslaOS

OSShop
(AmazonGo et
JustWalkIn)

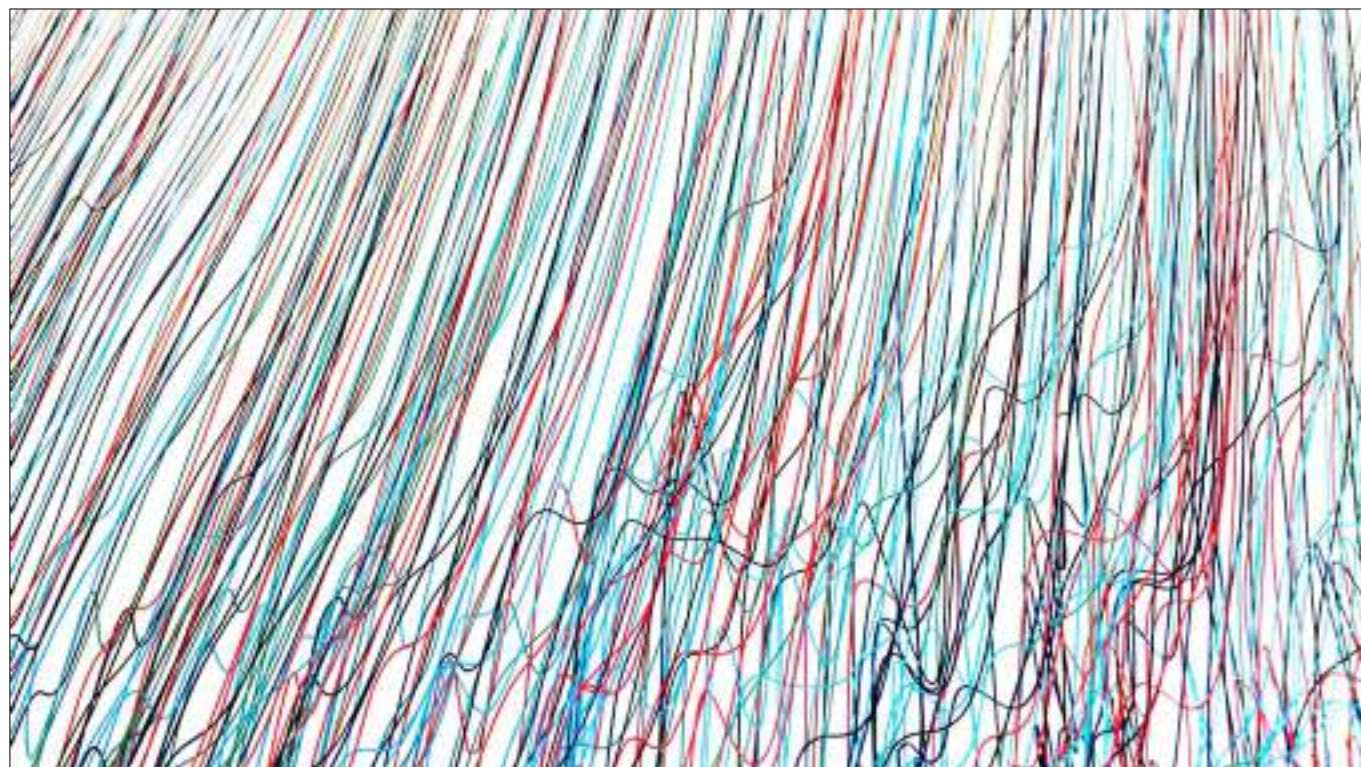
Shopify

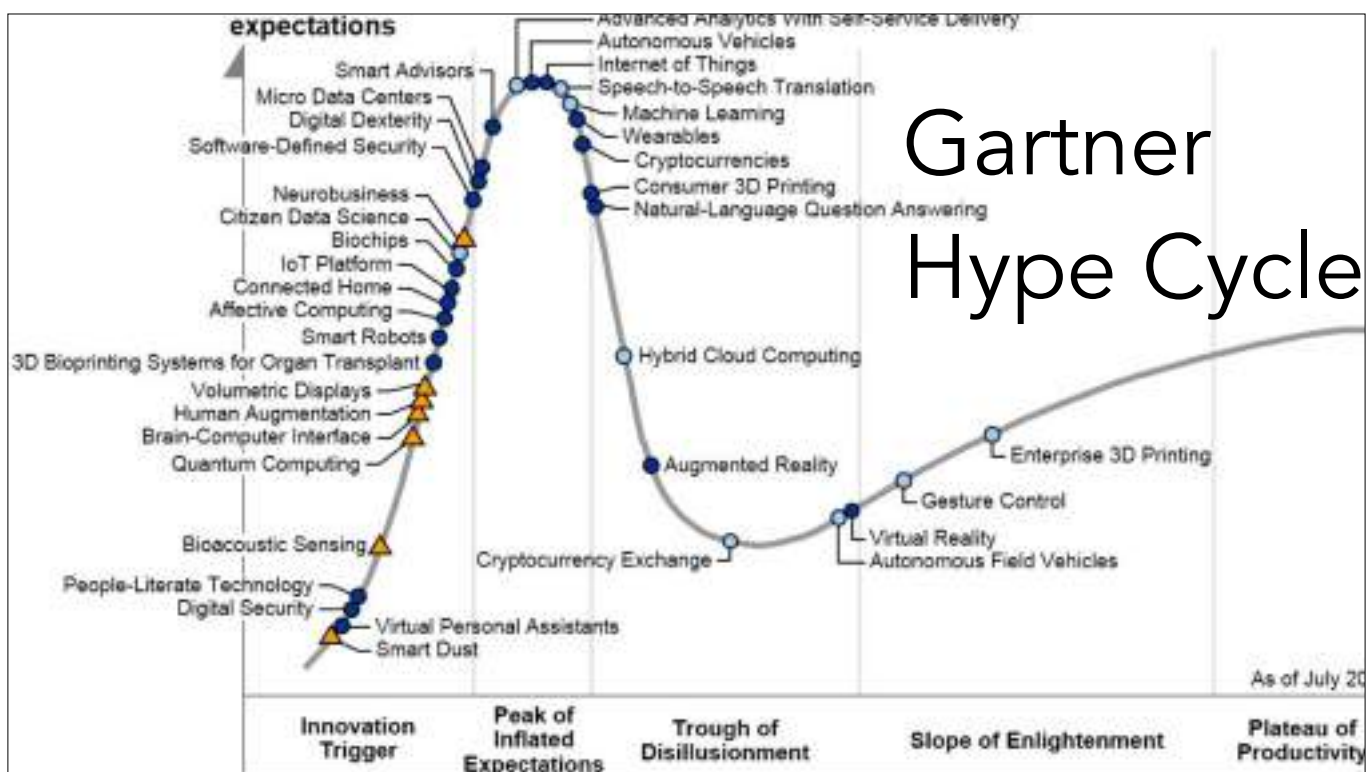
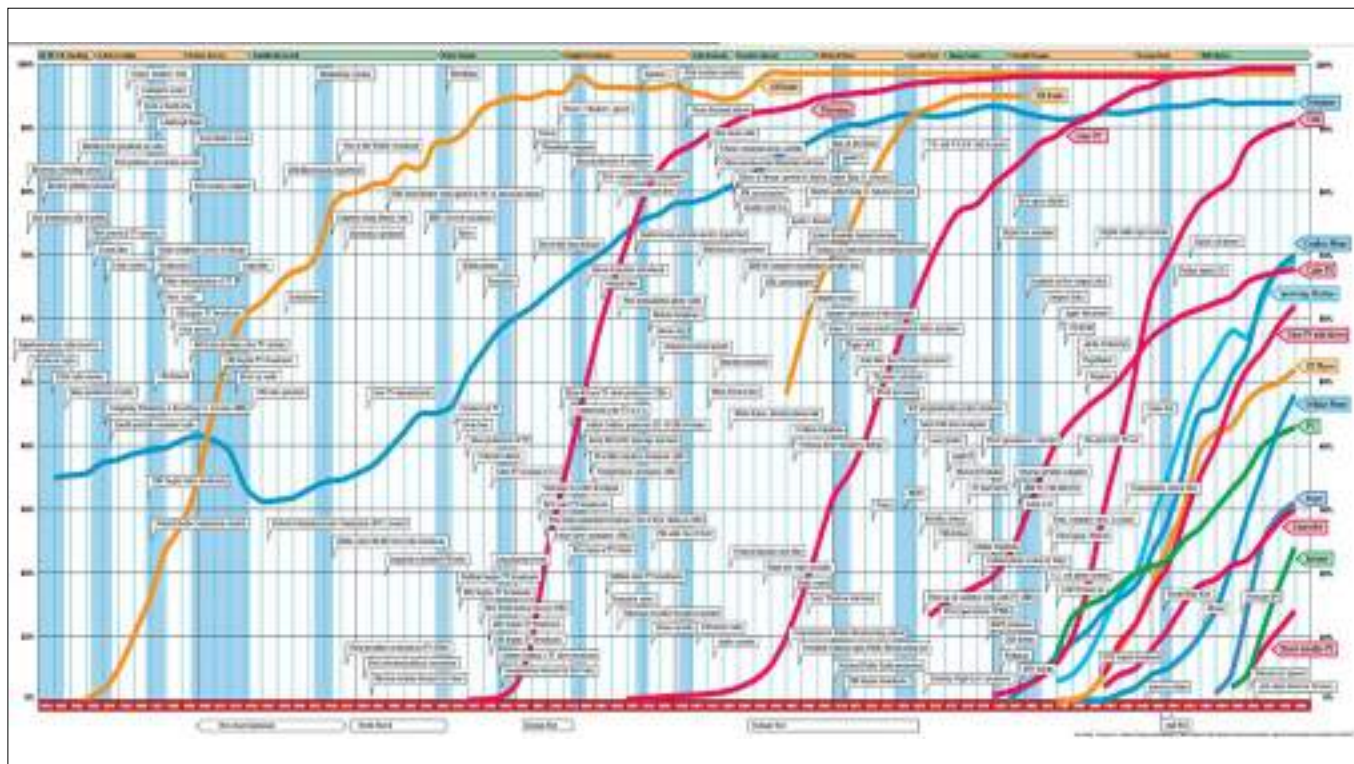
Le graphène, un matériau miracle

Des travaux en laboratoire montrent que des transistors en graphène sont potentiellement capables de détrôner les transistors en silicium, ouvrant la voie à des ordinateurs plus performants car plus rapides et plus petits. Étant pratiquement transparent et aussi bon conducteur que le cuivre, le graphène peut servir à réaliser des écrans tactiles, des panneaux lumineux et probablement des cellules solaires.

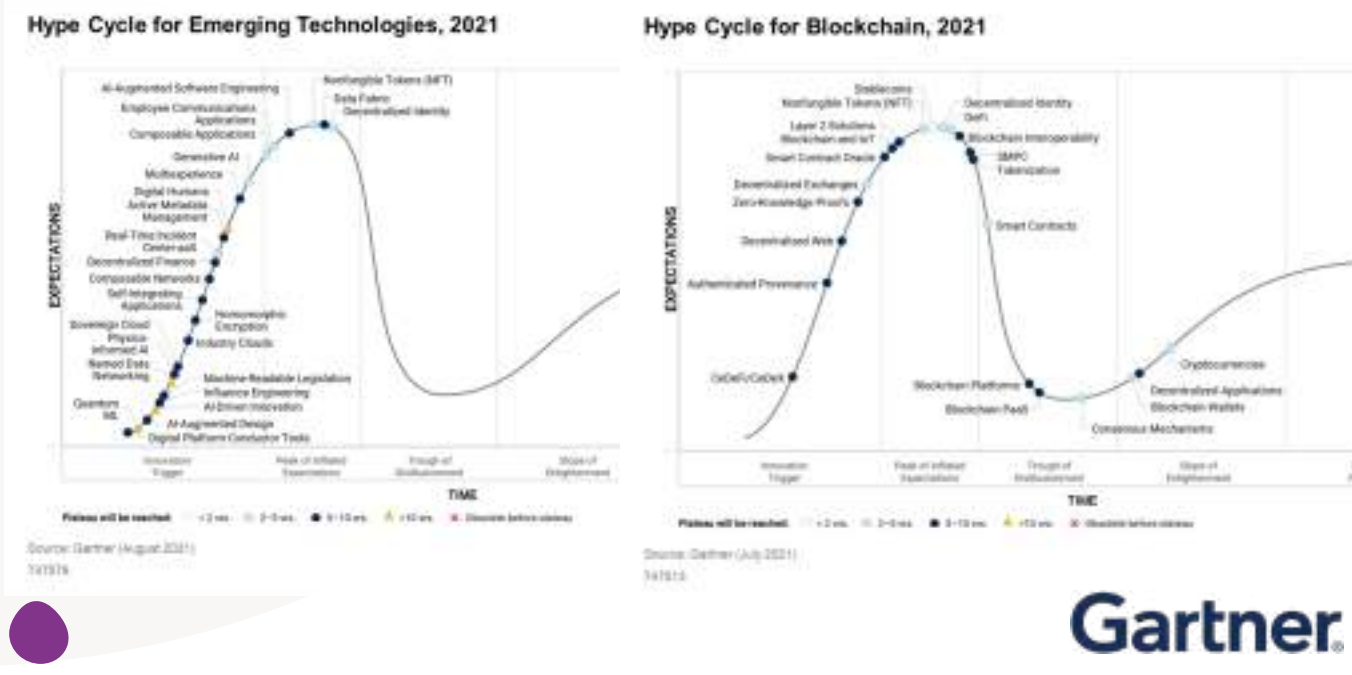
On s'attend aussi, lorsque seulement 1 % de graphène est mélangé à de la matière plastique, à ce qu'il la rende électriquement conductrice. Sa résistance thermique devrait augmenter de 30 °C, ainsi que sa résistance mécanique (on sait que le graphène lui-même est 200 fois plus résistant que l'acier à la traction). D'intéressants matériaux composites au graphène devraient apparaître dans un avenir proche, avec des applications dans les satellites, les avions et les voitures.

D'un point de vue plus théorique, la mécanique quantique a son mot à dire. En effet, bien que les électrons se déplacent dans le graphène 300 fois plus lentement que la lumière, les conditions auxquelles ils sont soumis imposent de les décrire mathématiquement par l'équation de Dirac, comme pour une particule relativiste presque sans masse ! Il en résulte que l'analogie de certains phénomènes ordinairement rencontrés en théorie quantique des champs relativistes peut s'y manifester. On peut donc simuler de la physique des particules avec le graphène. Mieux, des connexions, là aussi de nature analogique et mathématique, avec des calculs en théorie des cordes, sont étudiées.





Gartner Hype Cycle



Gartner®

WorkShop

Les 9 tendances technologiques



Gartner's Top Strategic Technology Trends for 2023

Optimize	Scale	Pioneer
Digital Immune System	Industry Cloud Platforms	Superapps
Applied Observability	Platform Engineering	Adaptive AI
AI TRiSM	Wireless-Value Realization	Metaverse
Sustainable Technology		

Gartner®

Top Strategic Technology Trends for 2025

 AI imperatives and risks	 New frontiers of computing	 Human-machine synergy
• Agentic AI • AI governance platforms • Disinformation security	• Postquantum cryptography • Ambient invisible intelligence • Energy-efficient computing • Hybrid computing	• Spatial computing • Polyfunctional robots • Neurological enhancement

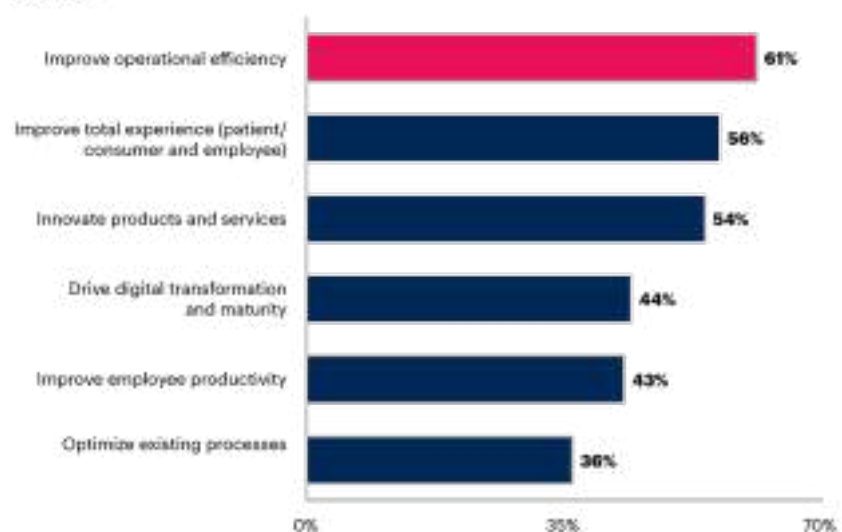
Shape the future with responsible innovation

Les 9 tendances technologiques

Gartner

Top Outcomes Represented in Eye on Innovation Awards Submissions

Percentage of submissions that target each outcome, healthcare and life sciences



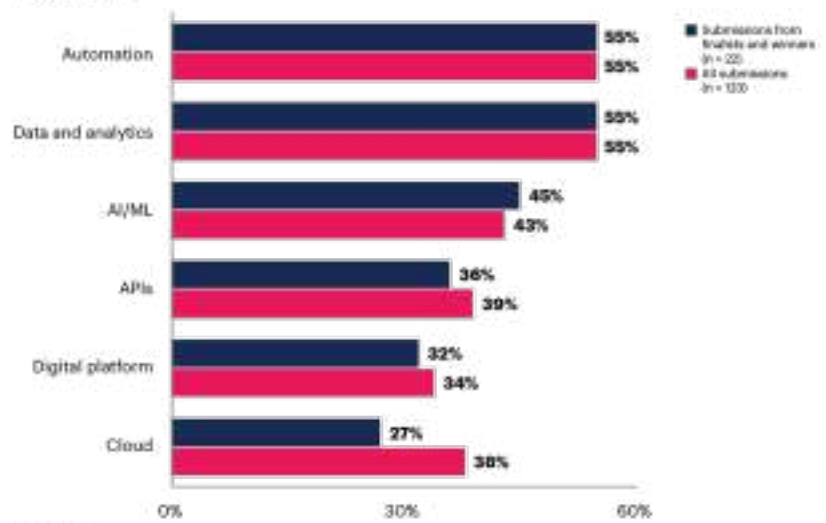
Source: 2024 Gartner Eye on Innovation Awards for Healthcare and Life Sciences
85626_C



Gartner

Top Technologies Among 2024 Eye on Innovation Submissions

Percentage of submissions representing each technology area, healthcare and life sciences



n = varies

Source: 2024 Gartner Eye on Innovation Awards for Healthcare and Life Sciences

AI/ML = artificial intelligence/machine learning

#9026_C



Gartner

2024 Gartner Eye on Innovation Awards for Healthcare and Life Sciences Winners and Finalists

- 1 Regional winner
- 2 Second runner-up
- 3 Third runner-up

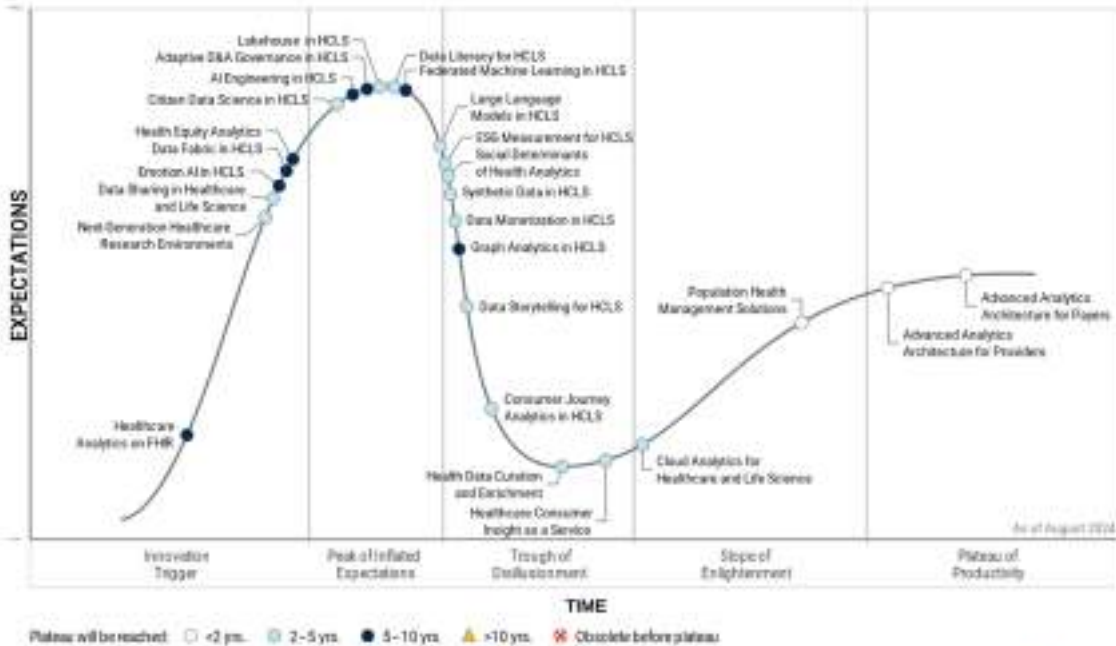


Source: 2024 Gartner Eye on Innovation Awards for Healthcare and Life Sciences

#9026_C



Hype Cycle for Healthcare Data, Analytics and AI, 2024



Gartner

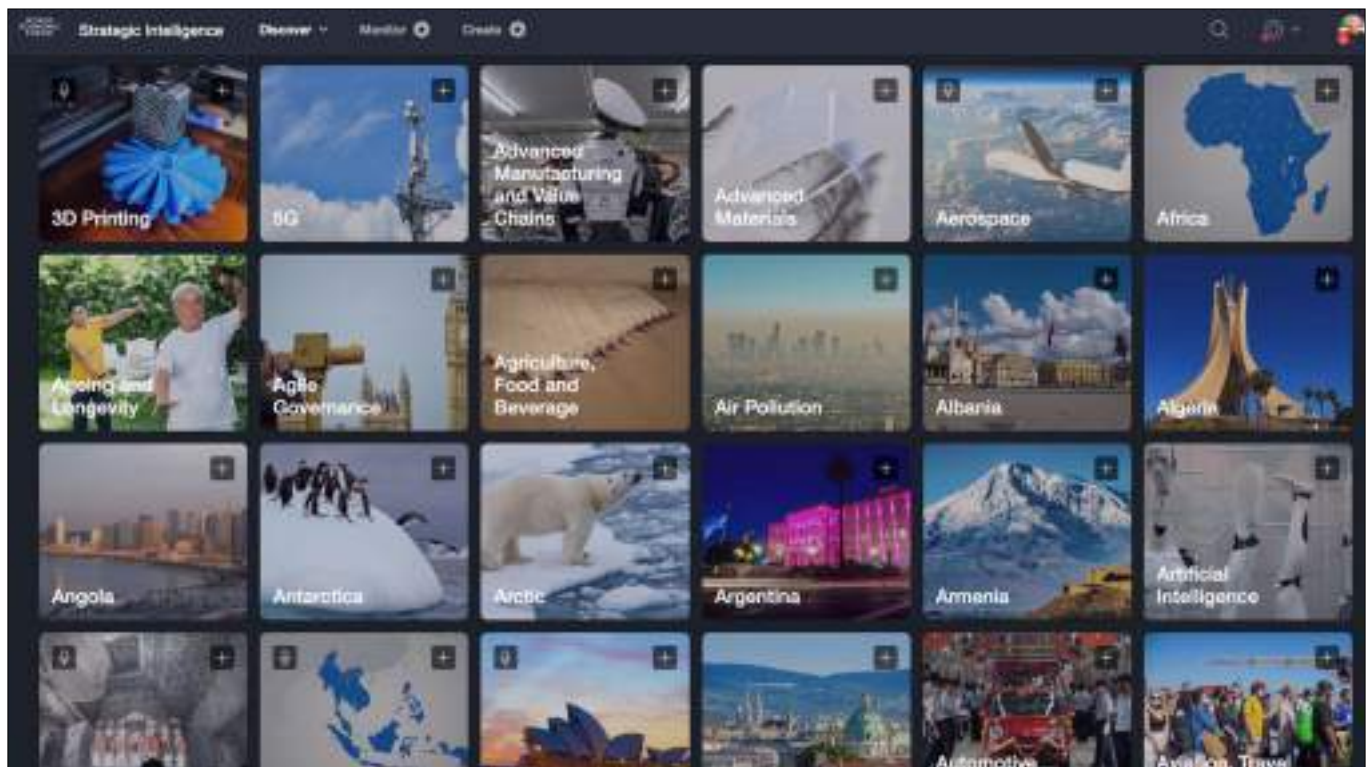
Top Strategic Technology Trends for 2025

AI Imperatives and risks	New frontiers of computing	Human-machine synergy
• Agentic AI • AI governance platforms • Disinformation security	• Postquantum cryptography • Ambient invisible intelligence • Energy-efficient computing • Hybrid computing	• Spatial computing • Polyfunctional robots • Neurological enhancement

Shape the future with responsible innovation

Gartner

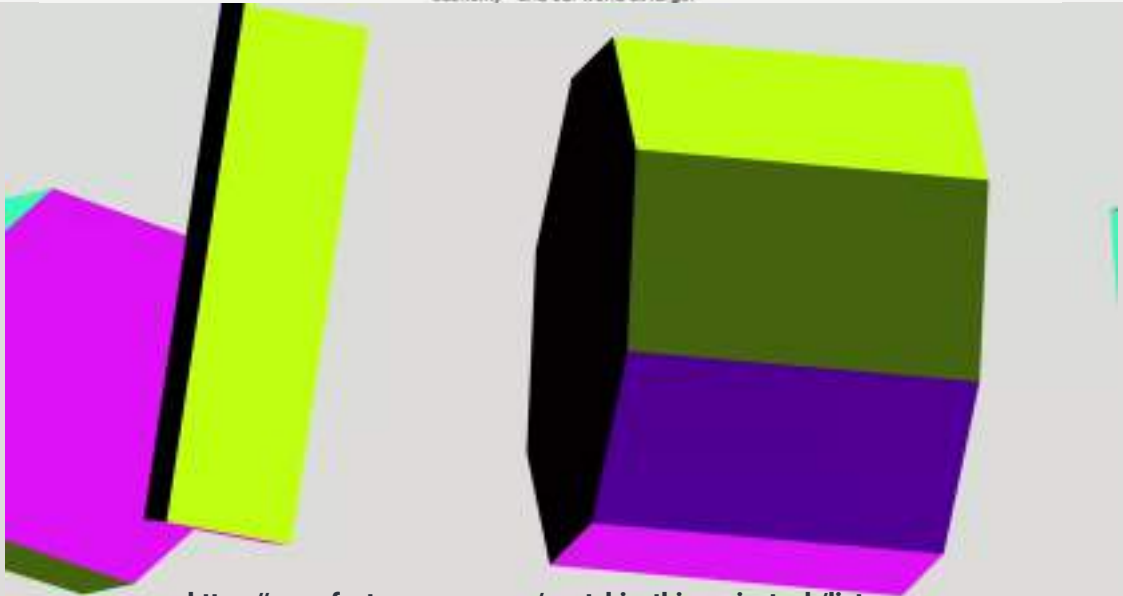
Gartner
 Content not for distribution
 This research was a service to the research community and is not intended for distribution outside the research community.
Top Strategic Technology Trends for 2025
 © 2024 Gartner, Inc. All rights reserved. Gartner, the Gartner logo, and "Shape the future with responsible innovation" are trademarks of Gartner, Inc. or its subsidiaries. All other marks contained herein are the property of their respective owners.
Related Research
 H15785
Overview
Opportunities
 • Agentic AI: Agentic AI is a form of AI that can perform tasks autonomously, without the need for human intervention. This technology has the potential to revolutionize many industries, from healthcare to manufacturing. However, it also poses significant risks, such as job displacement and the potential for misuse. Organizations need to develop robust governance frameworks to manage these risks while maximizing the benefits of agentic AI.
 • AI Governance: As AI becomes more prevalent, organizations need to implement strong governance frameworks to ensure the ethical and responsible use of AI. This includes establishing clear policies, monitoring AI systems, and ensuring transparency in AI decision-making processes.
 • Disinformation Security: The rise of AI-powered disinformation campaigns poses a significant threat to societal stability and trust. Organizations and governments need to invest in advanced detection and mitigation strategies to combat these threats.
Challenges
 • New Frontiers of Computing: Emerging technologies like quantum computing, ambient intelligence, and hybrid computing offer immense potential for solving complex problems. However, these technologies are still in the early stages of development and face significant challenges, including high costs, limited availability, and the need for specialized talent.
 • Human-Machine Synergy: Combining human strengths with AI capabilities can lead to more effective and efficient outcomes. However, achieving this synergy requires overcoming barriers such as communication gaps, trust issues, and the need for clear roles and responsibilities for both humans and machines.



FASTCOMPANY

Next Big Things in Tech 2024

From AI-generated video breakthroughs to greener bitcoin mining techniques, these technologies are shaping the future of our economy—and our world at large.



<https://www.fastcompany.com/next-big-things-in-tech/list>

system push work
vs.
pull model

techno push vs. market pull

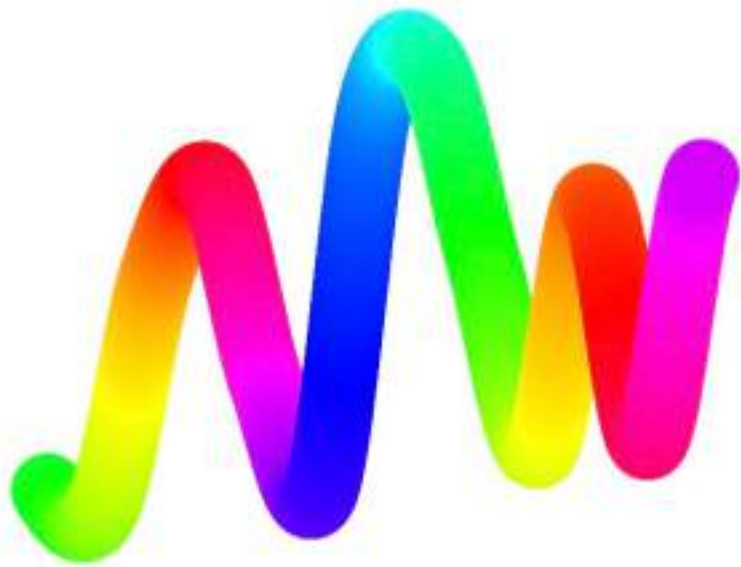
1/
marketing de
l'offre

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

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

2/
marketing de la
demande





FONDATION

ABC DU WEB 3

PILIERS WEB3

FONDATION

BLOCK CHAIN



A

Decentralized web
DAO, Holacracy
Scrum
Linked data

B

Transparence
Trust
Verified ID
Ownership

C

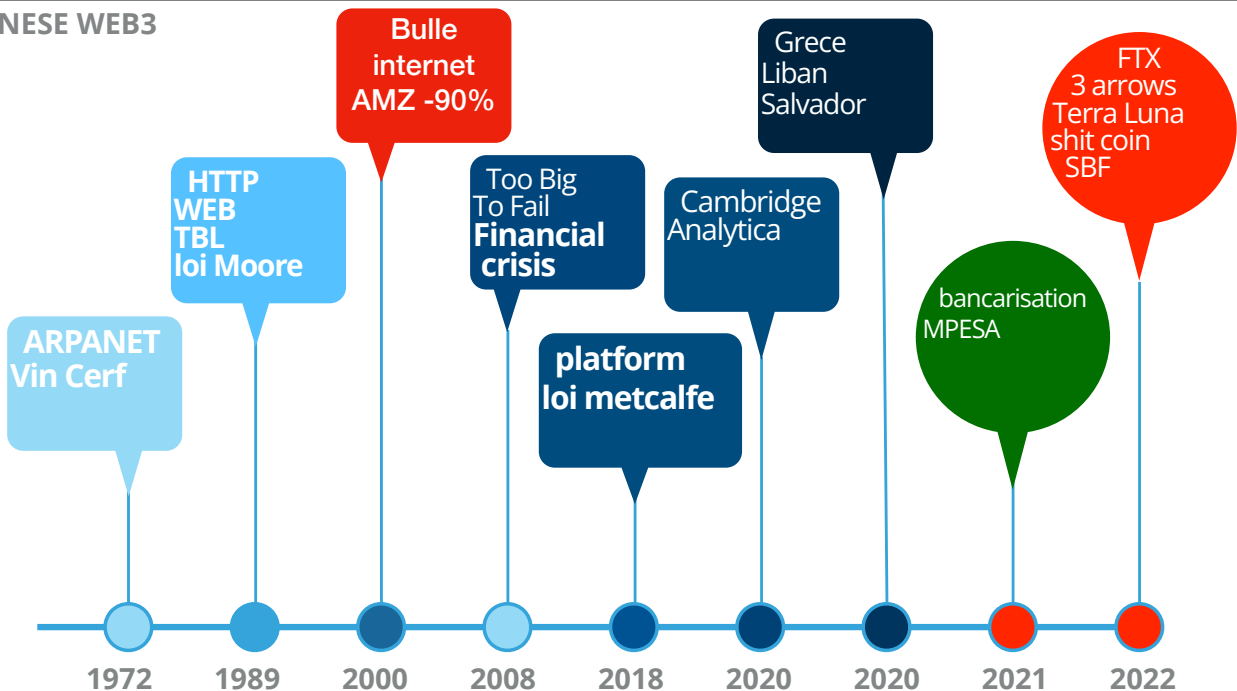
Native payment
Crypto inside
Wallet connected
Play to Pay

PILIER WEB3

FONDATION

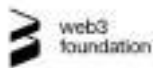
Fondation : Blockchain

GENESE WEB3



The term "Web3" was coined by Gavin Wood in 2014
Ethereum & Polkadot founder

« decentralized online ecosystem based on blockchain »



Web3 is an extensible framework for creating massively multi-user, economically strong applications.

andreessen.
horowitz

It's time to build

Portfolio

Team

Focus Areas

Content

About

Jobs



Understand the Future,
Now

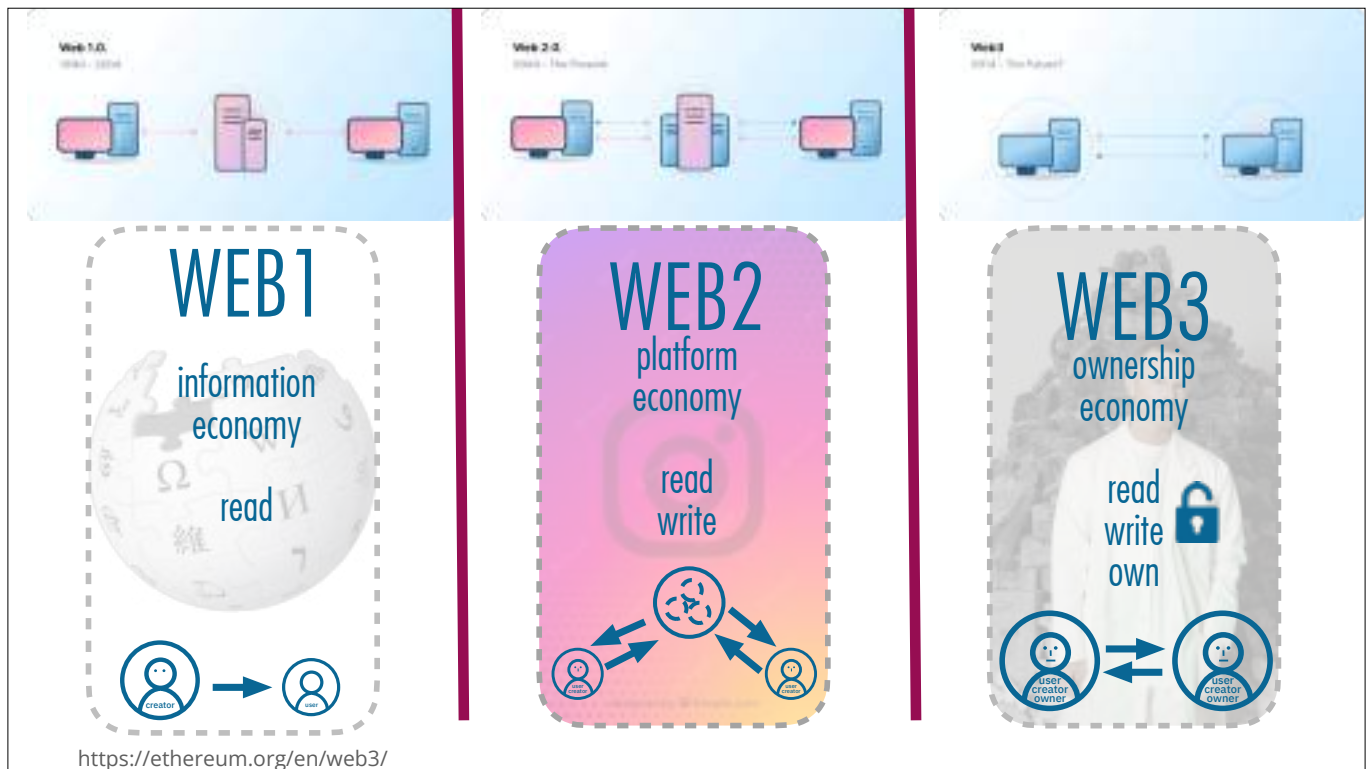
Software is eating the world. Future is your guide from a16z to
technology, innovation, and where it's all going.

Go to Future »

Future

Software is eating the world
WEB 1.0 —> 3.0







RELÈVE D'IDENTITÉ BANCAIRE
PARTIE RÉSERVÉE AU DESTINATAIRE DU RELÈVE

Ce relevé est destiné à être remis, sur leur demande à vos relations ou clients, après avoir effectué les opérations à votre compte (virements, prélèvements, etc.).
Bon utilisation vous permet de leur enregistrement des opérations en cours et leur offre
une vue rétrospective pour éviter les erreurs d'imputation.

ATTENTION : Les déclarations de prélèvements ne sont pas autorisées sur les comptes d'épargne.

Branch	Indicateur	Numéro de compte	Cle FIB	Département
30002	00000	0000000000	57	CL VOIRIÈRES BASSON (08000)

IDENTIFICATION INTERNATIONALE

Bank	FR00 3000 2000 0000 0047 8884 127
Code BIC	CLTFFRPP

TITULAIRE DU COMPTE : M S [REDACTED]

0x98d3926be932D916391F57fbcA578f517CBC995



InterPlanetary File System



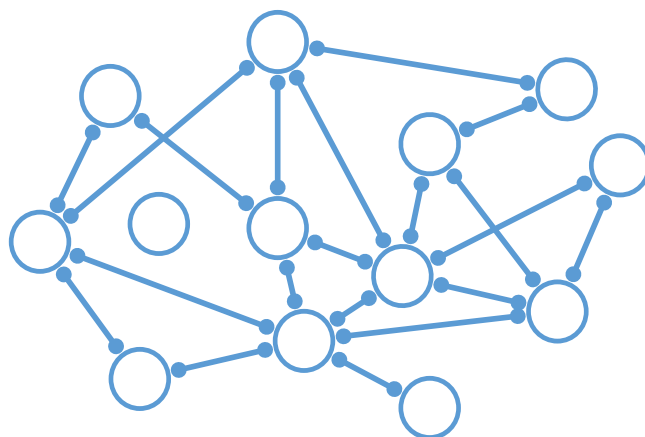
WORLD COIN

passport = objet non fongible = jeton unique = token $\neq$ image

	WEB 1 1990-2005	WEB 2 2005-2015	WEB ² 2015-2022	WEB 3 2022-2030
Réactivité	Semaine	Jours/Heures	Temps réel	Continu
Interaction	Requête / réponse READ ONLY	À la demande ÉCHANGE DE DONNÉES	Automatique	Confiance ÉCHANGE DE VALEURS
Ressources	Contenus	UGC Contenus Généré par Utilisateurs	Recommandation personnelle	IA
Données	Sémantique	Dynamique	Algorithmique	Décentralisée
Producteurs	Éditeur ex: wikipedia	Utilisateur réel ex: FB, TWTR	Utilisateur anonyme	Blockchain ex: sorare, ledger
Type	Partage statique HTML CSS	Réseau interactif JAVASCRIPT	Réseau dynamique IA / ML	IOT / IOB BLOCKCHAIN

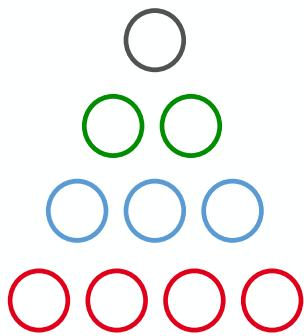


DeFi : decentralized finance



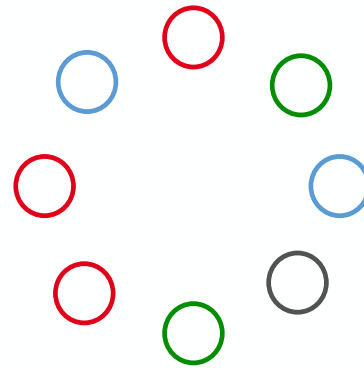
DAO: decentralized autonomous organization

HOLACRACY



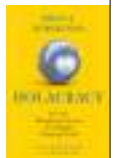
Top-Down

old / XXe century / hierarchy / pyramid / slow
silo / secure / indirect /



Holacracy

new / Zappos / fast / risky / direct / Robertson



- | | | |
|---|-----------------|-----------|
| 1 | .com | wikipedia |
| 2 | @social#network | instagram |
| 3 | web.3 | diamond |

Risques WEB3

VC

les investisseurs
peuvent prendre des
positions
dominantes

Droit à l'oubli

impossible d'effacer
la blockchain, le
passé est figé

Courbe apprentissage

détenir ses
informations oblige
des connaissances
techniques

Risques WEB3

copyright

art original facile à
voler et à protéger
au nom d'un tiers

scam

manipulations
nombreuses sur
base d'idées
brillantes

hyper tokenisation

peut-on
durablement tout
tokeniser sans
risquer une pénurie

not your keys
not your coins



**Le WEB3 est :
plus complexe
plus technique
plus codé
plus acteur**

**moins assisté
moins infantilisé
moins le produit**

BESOIN DE FORMATION

Pourquoi cette
couverture de
« The Times »
est-elle
célèbre ?

En lien avec le
ATH de cette semaine...

THE TIMES

Max 32, min -10°C
Saturday January 3, 2009 timesonline.co.uk Tel: 0203 23
£1.50

Chancellor on brink of second bailout for banks

Billions may be needed as lending squeeze tightens

Francis Elliott, Deputy Political Editor
Gary Duncan, Economics Editor

Alistair Darling has been forced to consider a second bailout for banks as the lending drought worsens.

The Chancellor will decide within weeks whether to pump billions more into the economy as evidence mounts that the £200-billion part-nationalisation last year has failed to keep credit flowing. Options include cash injections, offering banks cheaper state guarantees to raise money privately or buying up "toxic assets". The Times has learnt.

The Bank of England revealed yesterday that, despite intense pressure, the banks rushed lending in the final quarter of last year and plans even tighter restrictions in the coming months. Its findings will alarm the Treasury.

The Bank is expected to take yet more aggressive action this week by cutting the base rate from its current level of 2 per cent. Doing so would reduce the cost of borrowing but have little effect on the availability of loans.

Whitehall sources said that ministers planned to "keep the banks on the boil" but accepted that they need more help to restore lending levels. Formally, the Treasury plans to focus on state-backed guarantees to encourage private finance, but a number of interventions are on the table, including further injection of taxpayers' cash.

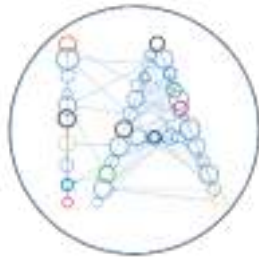
Under one option, a "bad bank" would be created to dispose of bad debts. The Treasury would take "bad" loans off the books of troubled banks, perhaps swapping them for government bonds. The toxic assets, blamed for poisoning the financial system, would be parked in a state vehicle or "bad bank" that would manage them and attempt to dispose of them while "detoxifying" the mainstream banking system.

The idea would mirror the initial proposal by Henry Paulson, the US Treasury Secretary, to underpin the American banking system by buying

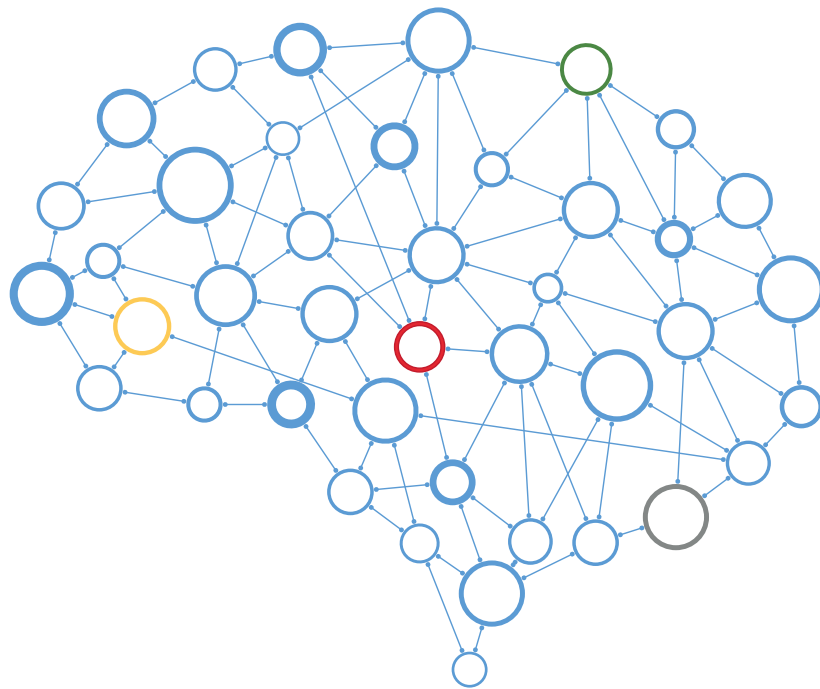
Continued on page 4, col 1
leading article, page 2

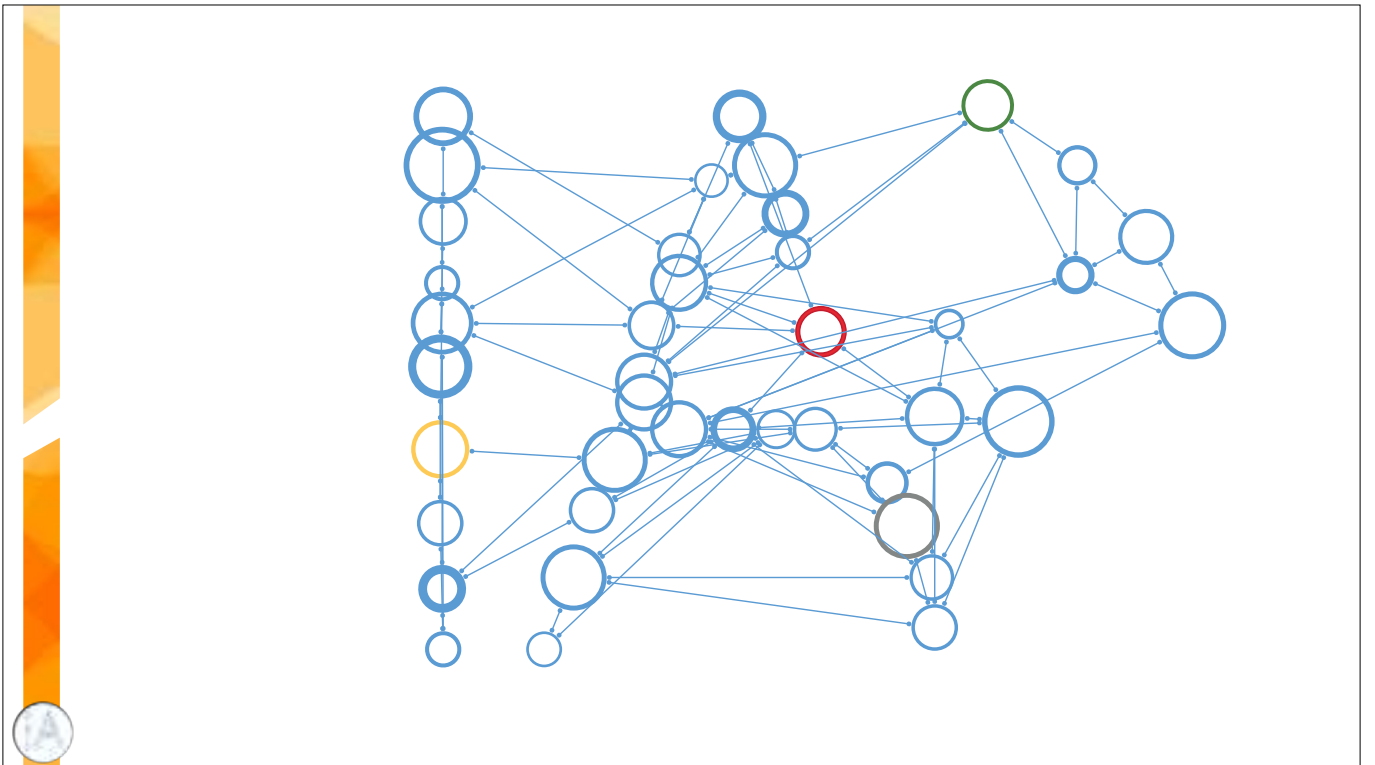
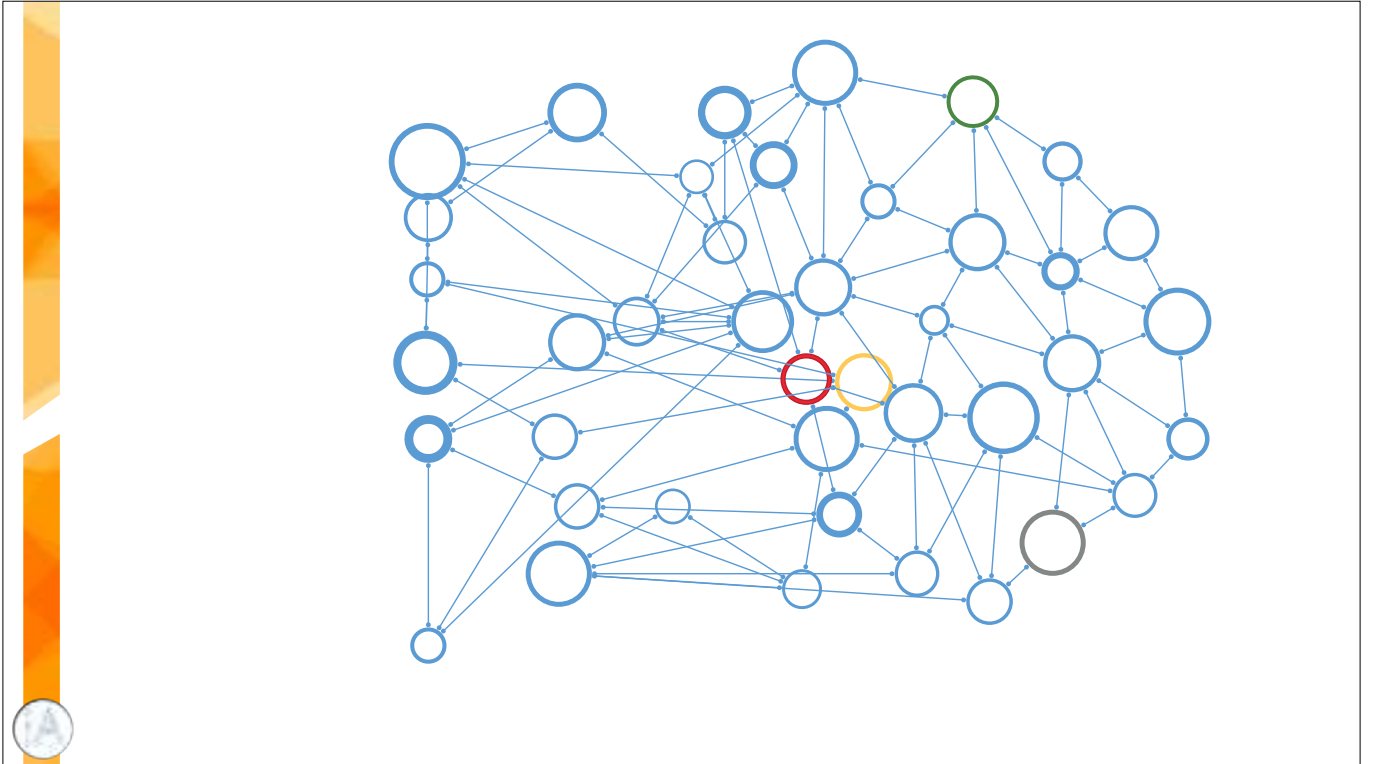
99p

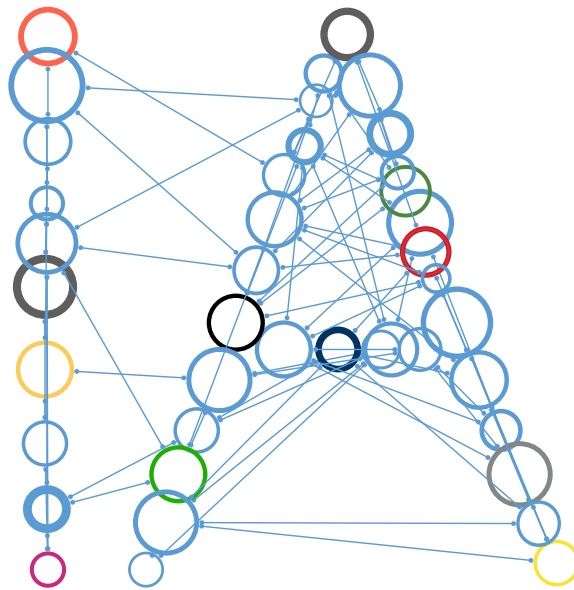
Put this into the price of a pint from £1.49 to 100p levels
Business, page 47



Intelligence artificielle







business intelligence (BI)
marketing intelligence (MI)
technology intelligence
competitive intelligence
media/market intelligence
open source intelligence OSINT

...ARTIFICIAL INTELLIGENCE

«PLUS» D'INTELLIGENCE

AI = IA
intelligence $\neq$ information
renseignement

 .com moment
 iPhone moment
 AI moment*

 ... BOT/web3/crypto moment?

* February 2023 by Jensen Huang, nVIDIA

GenAI (generative)

AGI* (general=singularity)

ASI (super)



+ BOT/web3/health/NBIC

* 2041 ?

1642 Pascaline
1943 McCulloch
1943 Turing (enigma + test)
1956 McCarthy @ dartmouth
1960 AI Winter
1989 Yann LeCun OCR
1993 Singularity V. Vinge
1997 Deep blue jeu d'échec
2005 Ray Kurzweil Singularity
2010 SIRI Luc Julia
2011 Jeopardy

2014 Google Car
2016 Alpha Go Lee Sedol
2016 College de France YLC
2018 OpenAI
2022 ChatGPT = GenAI = generative
2023 AMZ GOO META MS
2023 Bard Duet Midjourney
2025 Perplexity + Ministral
2025
2026
20XX Singularity = AGI
2XXX ASI = super



Picks and Shovels



 **Hugging Face**

Search models, datasets, papers...

[Models](#) [Datasets](#) [Spaces](#) [Docs](#) [Guides](#) [Pricing](#)

Try out our [GPT-4o inference endpoints](#)



Hugging Face

The AI community building the future.

Build, train and deploy state-of-the-art models powered by the reference open source on machine learning.

 Stars **75,288**

More than 5,000 organizations are using Hugging Face

 **AI2**
Allen Institute for AI
Non-profit • 12 models

 **Facebook AI**
Company • 141 models

 **Graphcore**
Company • 10 models

 **Google AI**
Company • 110 models

 **Intel**
Company • 10 models

 **SpeechBrain**
Non-profit • 10 models

 **Microsoft**
Company • 137 models

 **Esimilarity**
Company

Qualcomm [Products](#) [Developer](#) [Support](#) [Company](#)

   Workspace

We bring intelligent computing everywhere.





QUALCOMM RAS GEN 2 DEV KITS

Bringing advanced on-device AI to enterprise and industrial solutions.

[Learn more >](#)





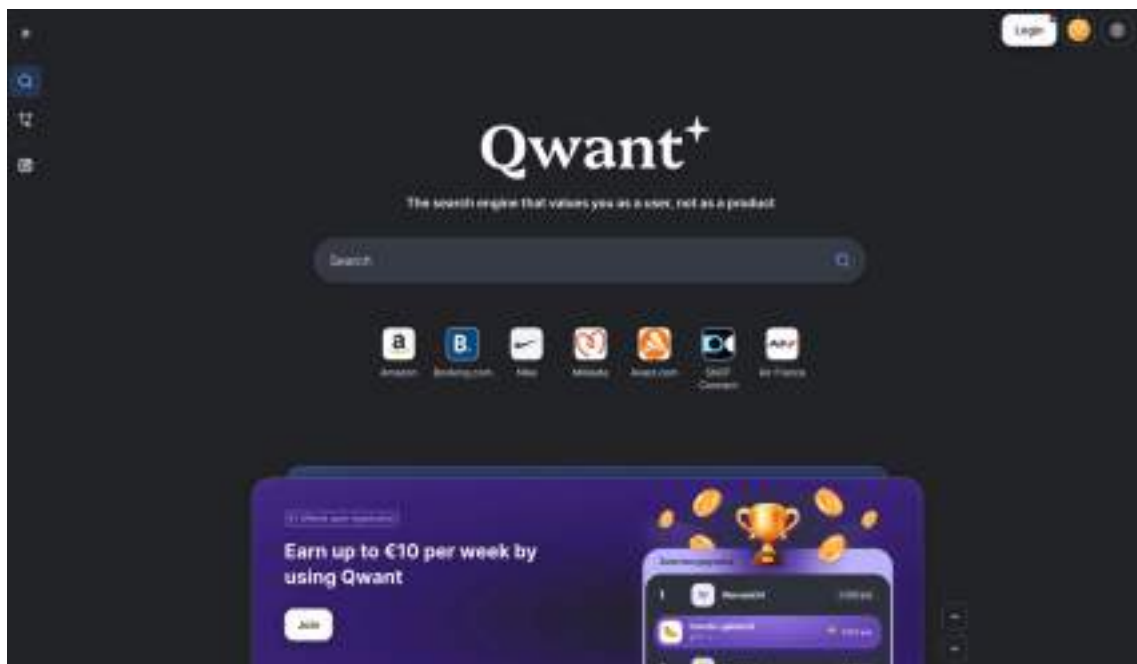
<https://mistral.ai/>



<https://flux-ai.io/>



<https://www.qwant.com/>



SOMMET POUR L'ACTION SUR L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE



SOMMET
POUR *L'ACTION*
SUR **L'IA**



AIAAS

AI As A Service

API

AI As An Agent

The Intelligence Age

September 23, 2024



Sam Altman

1000 jours



Anthropic's Dario Amodei Posits An AI Future

By [John Wernick](#), Contributor, I am an MIT Senior Fellow, Se-founder & VC Invest...

[Follow Author](#)

Oct 14, 2024, 12:52pm EDT

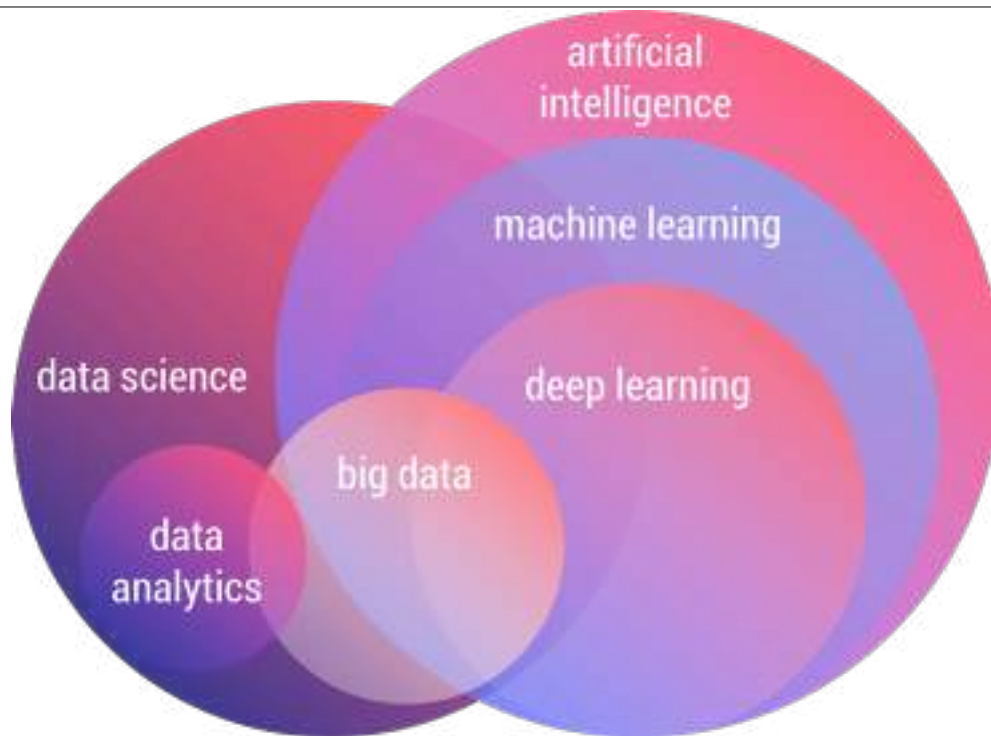
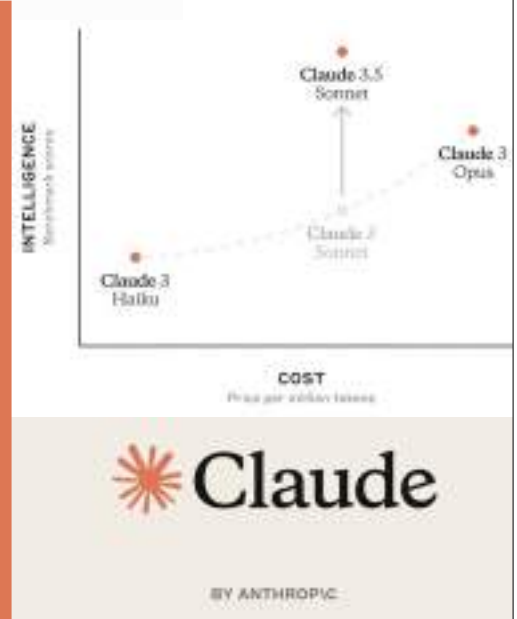
[Share Article](#) [Comment 0](#)

But you don't often see something like this: Anthropic CEO Dario Amodei has penned an epic essay called "Machines of Loving Grace" that's fresh out on his personal blog.

This series of insights on the power of new non-deterministic AI is unlike most of what's out there, and to set the stage, Amodei explains a number of reasons why he's not just cheerleading for new innovations and initiatives, but bringing a bit of a different, more nuanced perspective.

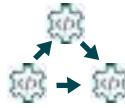
He talks about the ubiquity of propaganda, the tendency of experts and people on the front lines to be grandiose about potential results, and our human tendency to apply "science fiction" ideas to AI's vague and generalized potential.

On the other hand, Amodei makes it clear that he does believe in quite a bit of benefit arising out of what we're exploring now. In a definition of what he calls "powerful AI," he talks about systems that are smarter than a Nobel prize winner, set up with modern, capable interfaces, and able to do autonomous tasks, a phenomenon he calls a "country





PROMPT



AGENT (API)



BOT (robot et auto)

Vrai Révolution IA

Bring Your
Own Device





Bring Your
Own Device
Data
AI
Canva



News Feed Tech



hubert kratiroff

[illegible]A banner for the AWS re:Invent 2024 conference. The background is a gradient of blue and purple. The AWS re:Invent logo is in the top left. Navigation links for Overview, Topics, and Experience are in the top right. The main heading 'Welcome to AWS re:Invent 2024' is in large white text. Below it, the dates 'DECEMBER 2 - 6, 2024' and location 'LAS VEGAS, NV' are shown. The ticket price 'FULL CONFERENCE PASS: \$2,099' is also displayed. At the bottom are 'Register now' and 'Log in' buttons.

AWS re:Invent

Overview Topics Experience

Welcome to AWS re:Invent 2024

DECEMBER 2 - 6, 2024 | LAS VEGAS, NV

FULL CONFERENCE PASS: \$2,099

Register now Log in

entrainement training

questionnement inference

Amazon EC2 Overview Product Pricing Instance Types FAQs Getting Started Resources

Amazon EC2 P5 Instances

Highest performance GPU-based instances for deep learning and HPC applications

Get started with P5 instances | Request for feature use

Why Amazon EC2 P5 Instances?

Amazon Elastic Compute Cloud (EC2) P5 instances are the highest performance GPU-based instances for deep learning and HPC applications. They are optimized for training and inference of deep learning models, and are available in a variety of sizes to meet your needs.

Amazon Nova Foundation Models

Frontier intelligence and industry leading price-performance

Get started with Amazon Nova | Learn more of the user guide

What is Amazon Nova?

Amazon Nova is a family of foundation models that deliver frontier intelligence and industry leading price-performance.

Amazon Nova

State-of-the-art foundation models that deliver frontier intelligence and industry leading price-performance

General-purpose models | Existing content generation models

Amazon Nova Micro	Amazon Nova Lite	Amazon Nova Canvas	Amazon Nova Reel
Amazon Nova Pro	Amazon Nova Premier		

Amazon Nova

State-of-the-art foundation models that deliver frontier intelligence and industry leading price-performance

Higher intelligence →

Amazon Nova Micro	Amazon Nova Lite	Amazon Nova Pro	Amazon Nova Premier
Fast and small model that delivers the lowest latency inference at entry-level cost	Very low cost multimodal model that is lightning fast for processing images, videos, and text inputs	Highly capable multimodal model with the best combination of accuracy, speed, and cost for a wide range of tasks	Most capable multimodal model for complex reasoning tasks and for use as the base layer for building custom models
LOWEST LATENCY & COST	LOWEST LATENCY	LOWEST LATENCY	LOWEST LATENCY

← Lower Latency & Cost



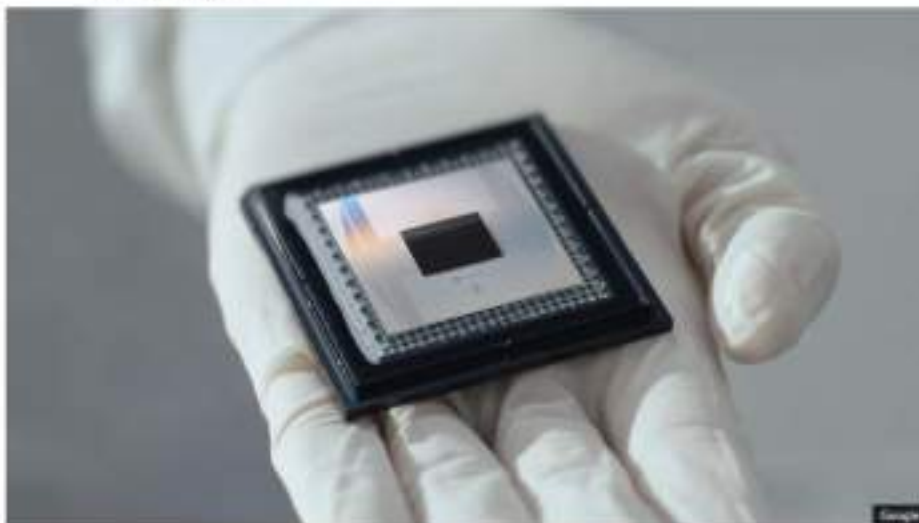
adaws

Google unveils 'mind-boggling' quantum computing chip

3 days ago

Share  Save 

Chris Vallance
Senior Technology Reporter



Google

The new Willow chip

Willow = saule



Google's first advanced nuclear clean energy deal

AMZ
build SMR small modular reactor



wnn
world nuclear news

Home - Energy & Environment - New Nuclear - Regulation & Safety - Nuclear Politics - Economics - US

Latest content: [nuclear energy will play a role in the world's power mix](#)

Facebook owner Meta seeks up to 4 GW nuclear capacity

Wednesday 4 December 2024

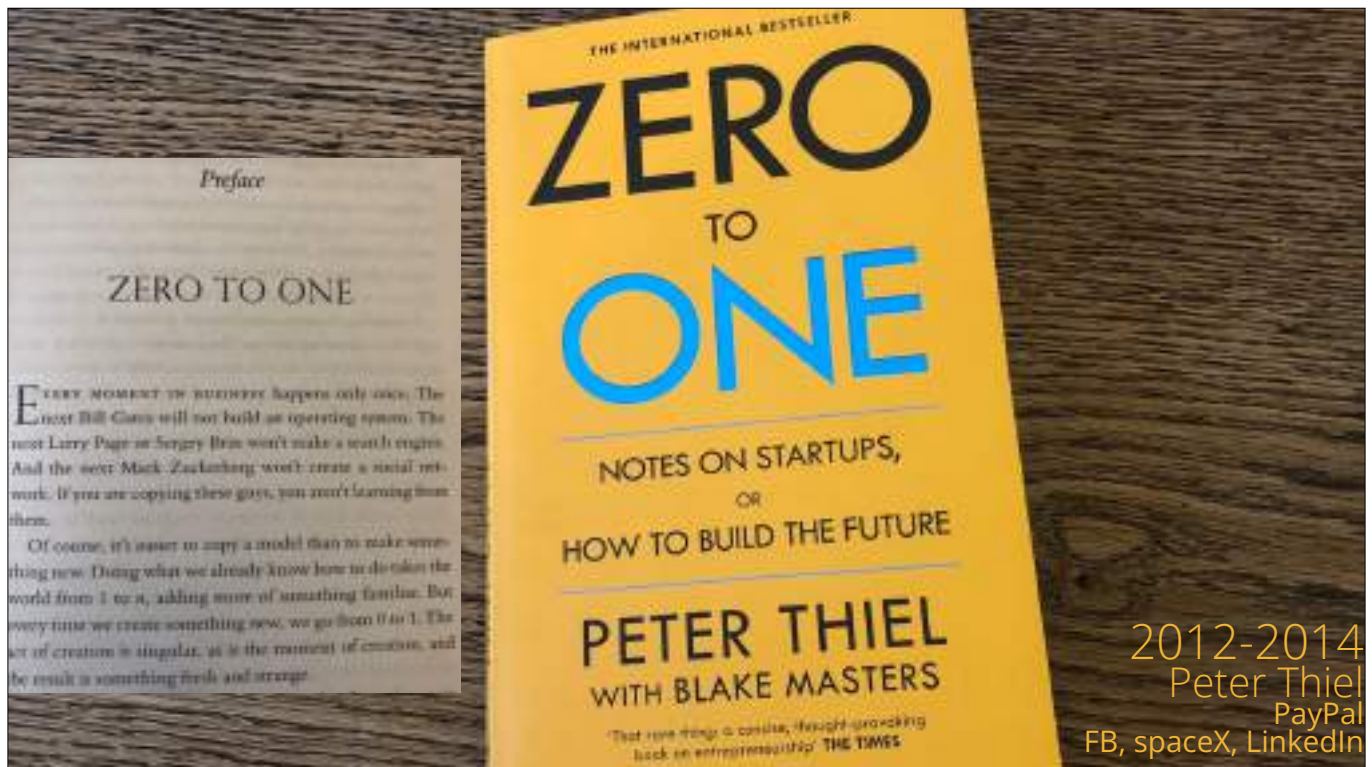
Meta is the latest tech company to seek nuclear as an energy source for its growing data needs as it seeks proposals for as much as 4 GW of nuclear capacity in the USA by the early 2030s.

The target is between 3 and 4 GW of new nuclear generation capacity in the USA. "We are seeking developers with strong community engagement, development, and permitting, civil execution expertise that have development opportunities for new nuclear energy resources - either small modular reactors or larger nuclear reactors," the notice announcing the Request for Proposals (RFP) says.

It adds "We are taking an open approach with this RFP so we can partner with others across the industry to bring new nuclear energy to the grid". Qualification to be considered closes on 3 January with initial RFP proposals due by 7 February.

wnn
world nuclear news

<https://world-nuclear-news.org/articles/facebook-owner-meta-seeks-up-to-4gw-nuclear-capacity>



Les **3** étapes de toute
Innovation / rupture / révolution

1 Utopiste / étrange / ridicule

2 Impossible / dangereux

3 Évident / simple

Thiel / Aberkane

Atelier Workshop Use-Case



Market
potential

KUEHNE+NAGEL



Cherchez l'erreur

Welcome to myKN [Help & support](#)



Kuehne+Nagel mykn chloetn@mykn.kuehne-nagel.com | g.knietoff.com
A Hubert

KUEHNE+NAGEL



myKN

Welcome to myKN

Complete control of your shipments

Dear Hubert Knietoff,

Welcome to myKN! Your account has been successfully set up. Access
myKN here:

Login to myKN

Kindly note that multiple accounts on myKN are not supported by the
system due to safety reasons. For your own security, keep your
username and password confidential.

Have a great day!

**servicisation
disruption
uberisation
tycoonisation
plateformisation**

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





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



Comment intégrer
les NBIC dans les
services
KUEHNE+NAGEL ?

THINK
OUTSIDE
THE
BOX



Working Backwards

By Amazon



Amazon's approach to new product development is about working backwards from the customer. The product manager starts by writing a press release announcing the finished product. The press release is targeted at the end customer and contains information about the customer's problem, how current solutions are failing, and why the new product will address this problem.

The press release itself is a gut-check for whether or not the product is worth building. If the team is not excited about reading it then document needs to be revised or perhaps the idea should be revisited altogether. As the team begins development the press release serves as a guide for the team to reflect on and compare with what is being built.

The New York Times

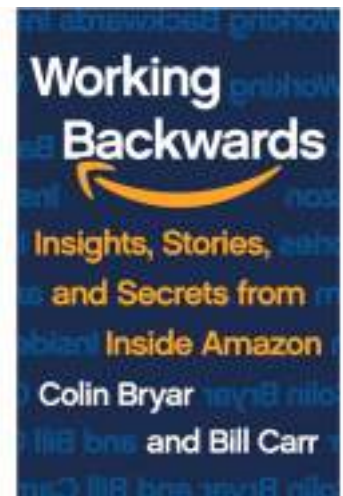
What's Amazon's Secret?

Former executives at the tech giant give an inside account of its management culture in a new book.

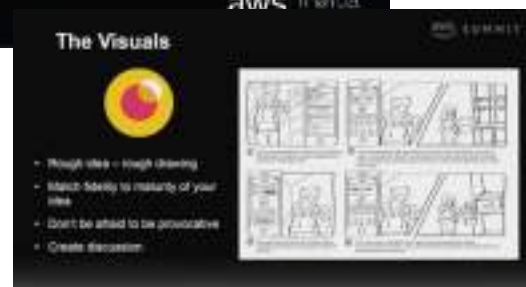
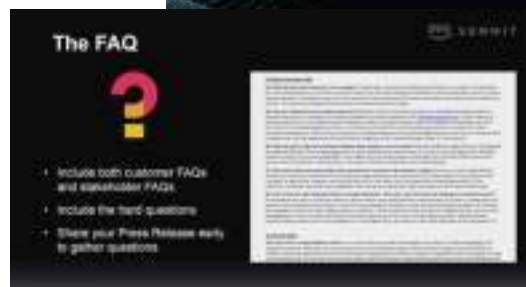
Read this article



Amazon «WORKING BACKWARDS from customer» : communiqué de presse fictif / infographie finale / pitch / vidéo / website



Amazon «WORKING BACKWARDS from customer» : communiqué de presse fictif / infographie finale / pitch / vidéo / website



Amazon «WORKING BACKWARDS from customer» : communiqué de presse fictif / infographie finale / pitch / vidéo / website



Client Utilisateur
prêt pour le départ
vers un monde meilleur



article de presse
pour le lancement du
service, quel sera l'article
de presse idéal



foire aux questions
quelles seront les questions
des clients, utilisateurs...
Quelles réponses ?



parcours client
quand un client aura un
problème, comment le solutionner



prototype
essai de service ou produit
pour tests et modifications

Visuals



Press
Release



Customer

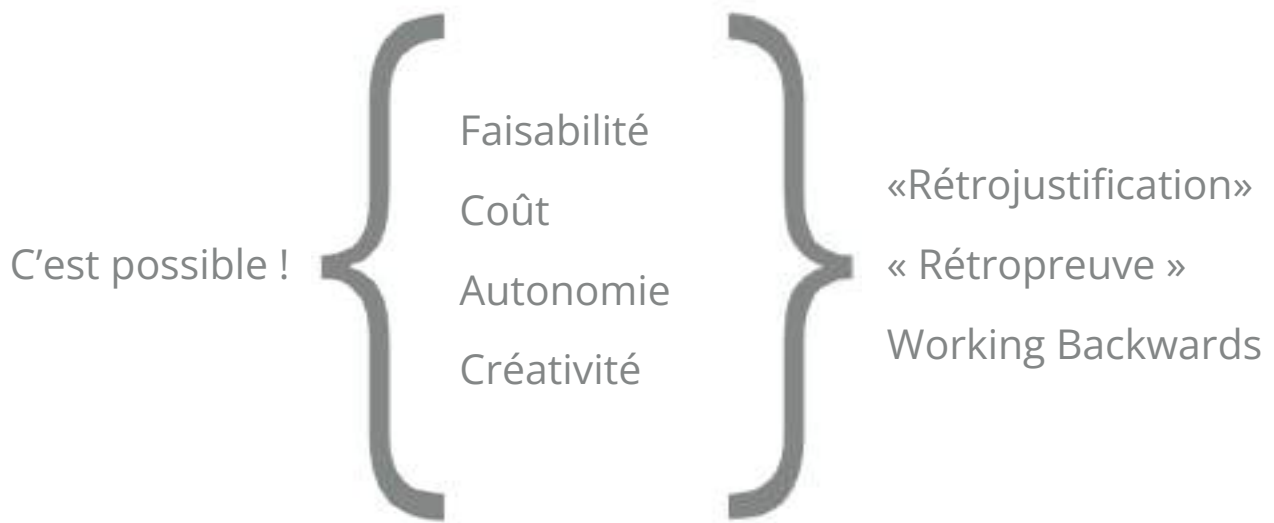


FAQ

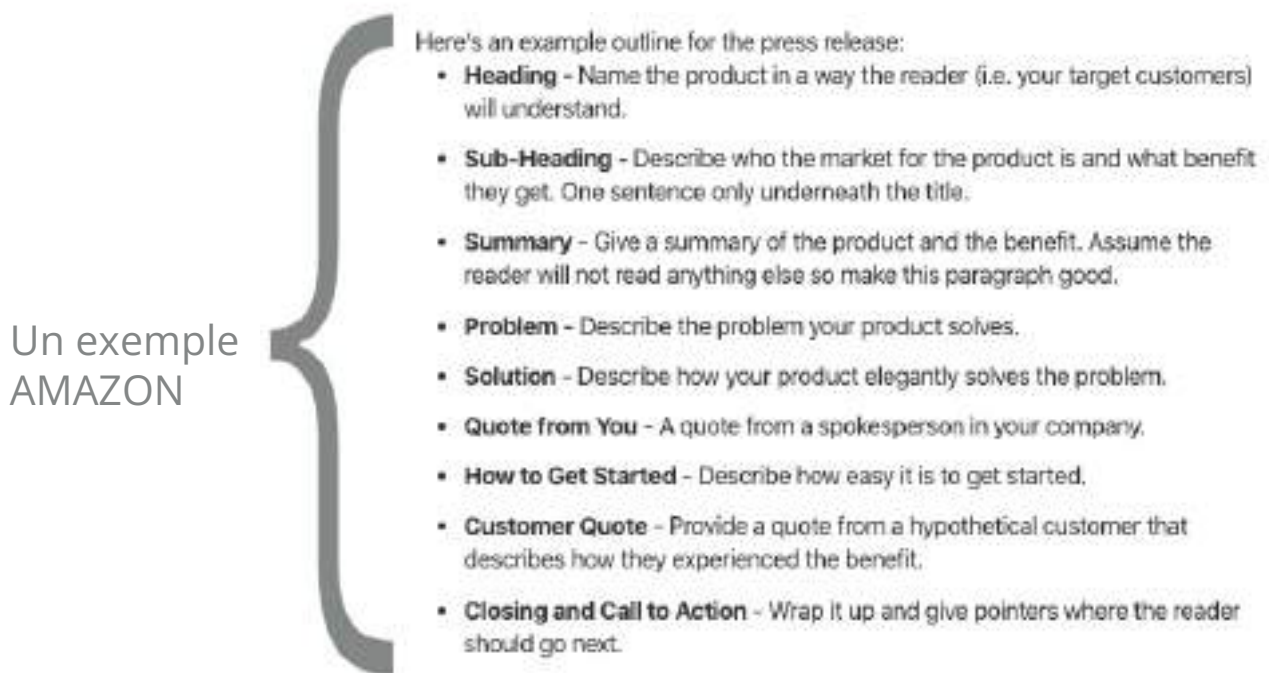


**Working backwards
is a process**

Use it to get clarity, not to document
what you've already decided to do



Amazon «WORKING BACKWARDS from customer» : communiqué de presse fictif / infographie finale / pitch / vidéo / website



Amazon «WORKING BACKWARDS from customer» : communiqué de presse fictif / infographie finale / pitch / vidéo / website

Titre : Contenant les produits/services sous une forme qui résonnera avec le client.

Sous-rubrique : Décrire de manière concise le client visé ou le public cible en une phrase au maximum

Résumé : Mettre l'accent sur les avantages que les produits donnerons au client. Partir du principe que le lecteur concentrera l'essentiel de son attention ici. Le résumé doit donc être de haute qualité.

Problème : Identifier un problème, puis décrire comment les produits en question offrent une solution

Solution : Comment les produits résoudre le problème dans la pratique ? Le langage doit être pertinent et ne pas utiliser de jargon technique.

Citation interne : Inclure une citation inspirante d'un représentant de l'entreprise expliquant les raisons du développement des produits

L'entreprise doit également détailler ce qu'elle espère que le client gagnera en utilisant les produits. Est-ce du temps ou de l'argent supplémentaire ? Peut-être est-ce lié à la confiance ou à un sentiment accru d'autonomie ?

Appel à l'action : Il est important d'orienter le client afin qu'il profite des nouveaux produits.

TÉMOIGNAGES citation review client : l'équipe doit créer un témoignage hypothétique. Mettre l'accent sur les avantages des produits

FAQ : répondant aux questions ou préoccupations courantes.

THIS PAGE IS INTENTIONALLY LEFT BLANK

Future of Experience

3

VOC customer obsession JAN 2025

 early makers
since 1872

em
lyon
business
school

FOX

 early makers
since 1872

em
lyon
business
school



@kratiroff

#newWorld experience

1/ FOE

Future of Economic
....

2/ FOW

Future of work

3/ FOI

Future of Internet
...

4/ FOX

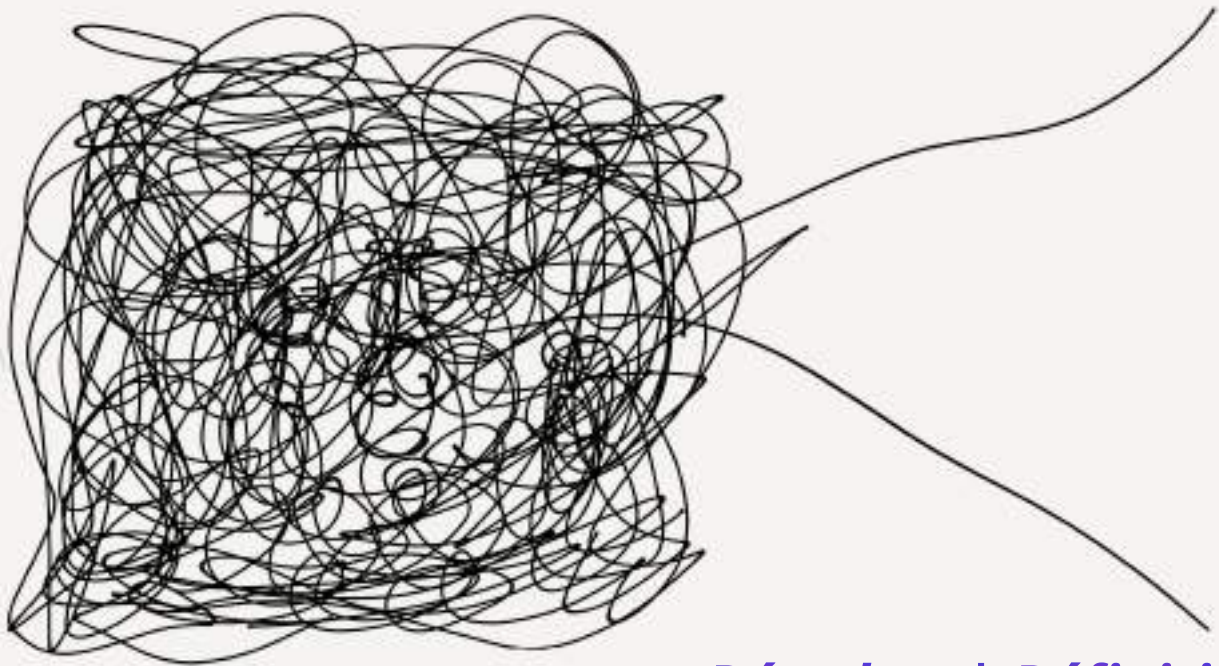
Future of Experience
...

5/ FOM

Future of Management

A photograph of three classical columns, likely from the Parthenon, set against a clear blue sky. The columns are made of light-colored stone and have a fluted texture. They are arranged in a slightly receding line from left to right.

3 PILIERS DU DIGITAL

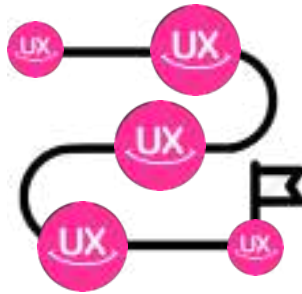


Décodage | Définitions

1



2



3

0110
1001
1010

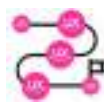
1



customer obsession

user centric
besoin utilisateur
pain point / problème
collaborateur
manager / équipe
cible / segment
GEN BXYZ α
proposition de valeur
cas d'usage

2



parcours / UX

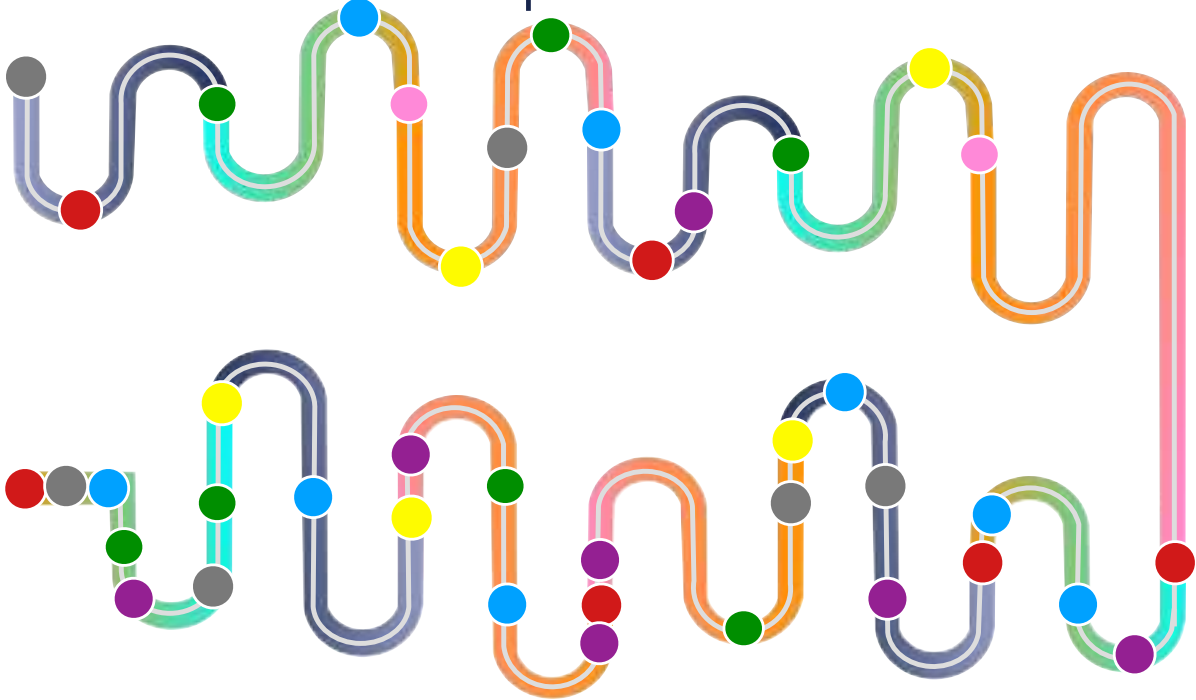
jtbd job to be done
journey
point de contact
touchpoint
publicité / SAV
téléphone
conversation
sans couture
sans défaut
sans friction
différentiation
offre
pain killer
candy
vitamine

3

0110
1001
1010

DATA

IOT
Connexion 4G
WiFi
BLE
capteur
tacking, tracing
IOB
NPS
MCA
IA
ML
DataLake
5V



DATA

01
10
01
10
01

@kratiroff

1 

2 

3 

Le WEB sans cookie,
nous oblige à reconnaître nos utilisateurs
...
ou à les perdre !

Digital = Data

Galilei, Drucker...

**Mesurer la performance
du parcours client**

...les KPI du CX

NPS

Net Promoter Score



$LTV > CAC$

Life
Time
Value

Customer
Acquisition
Cost

Équation du business développement ROMI

$$LTV > CAC$$

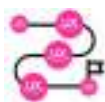
Life
Time
Value

Customer
Acquisition
Cost

Équation du business développement ROMI

1 

Un utilisateur a des attentes (client b2b, b2c, interne, business partner, stakeholder, shareholder)

2 

lorsqu'il rencontre la marque dans un parcours enchanté (points de contact, touchpoints, pas de friction, pas de couture, pas de défaut, fluide, simple, frictionless, seamless, flawless)

3 

il laisse des traces de son passage sous forme de données (connexion, tracking, tracing...)

UX > CX

***nombre
plus de user que de client***

CX > UX

***qualité
plus de contact avec les clients***

UX
CX
EX



UE

User
Engagement

=
SALES

“



le marketing

”

marketing

**créer de la valeur
pour le client,
l'écosystème,
et l'entreprise**



The best marketing strategy ever :

« CARE »

Gary Vaynerchuk

Stop selling. Start helping

Zig Ziglar

“**your
happiness
is my
business**”



*Aphorisme de
hubertkratiroff*

Inspiré par Gérard Pélisson & Paul Dubrulle

marketing

**créer de la valeur
pour l'écosystème,
le client,
puis l'entreprise**

UGC KOL
EGC VOC

**... no plan B,
(...no planet B)**

Ban Ki-moon





OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE



Science Based Targets initiative (SBTi)



SCIENCE
BASED
TARGETS



The Net-Zero
STANDARD

DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION



amazon

About Environment People Governance Download Center

Search

The Climate Pledge

Amazon is committed to building a sustainable business for our customers and the planet. In 2019, Amazon co-founded The Climate Pledge—a commitment to be net-zero carbon across our business by 2040, 10 years ahead of the Paris Agreement.





4



False Positive

Health Systems under New Pressures

The institutions and governance that have until now enabled health progress across the world are shaping under growing pressures and aren't matched against new risks.

Health systems around the world are at risk of becoming left by purpose. Changing societal, environmental, demographic and technological patterns are shifting their capacity. Increasing antibiotic and drug resistance are undermining progress against infectious diseases, making it increasingly difficult to keep the final cause

against some of humanity's biggest killers. Meanwhile, new antibiotic resistance is undoing the dramatic gains in infectious and parasitic that health systems have supported over the past century. High non-communicable diseases (NCDs)—such as cardiovascular diseases, cancer, mental illness—have replaced infectious diseases as the leading cause of death. Addressing health risks requires new and more data, evidence, humanity's past successes in improving health challenges are no guarantee of future results.

Neutral $\neq$ ZERO

ZERO $\neq$ ZERO CO₂ carbon

carbon neutral -> NET ZERO CARBON -> NET ZERO





Technologie

Le "permacomputing" : vers la décroissance numérique ?

VOC



Question :
qui sont les
utilisateurs ?

**Keeping an
empty chair
so the
customer is
always in the
room**



CHAIR → VOICE : VOC (voice of the customer)

VOC

Millennials ???

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 2020 / MARS Gen 2030





#GEN

Nouvelles Attentes

*Pourquoi se contenter
du minimum ?*



1999 : web et internet

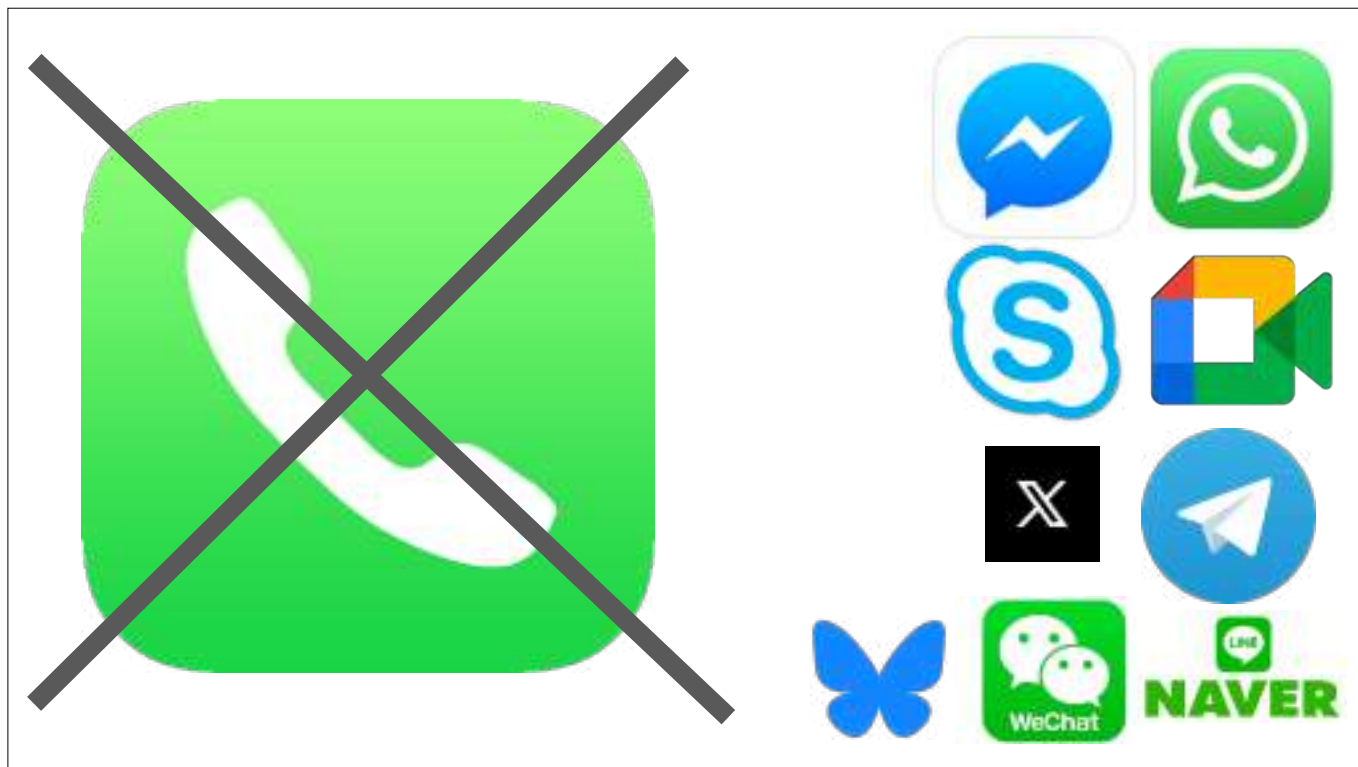
2015 : mobile

2020 : Living Services

source : Google, Accenture

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





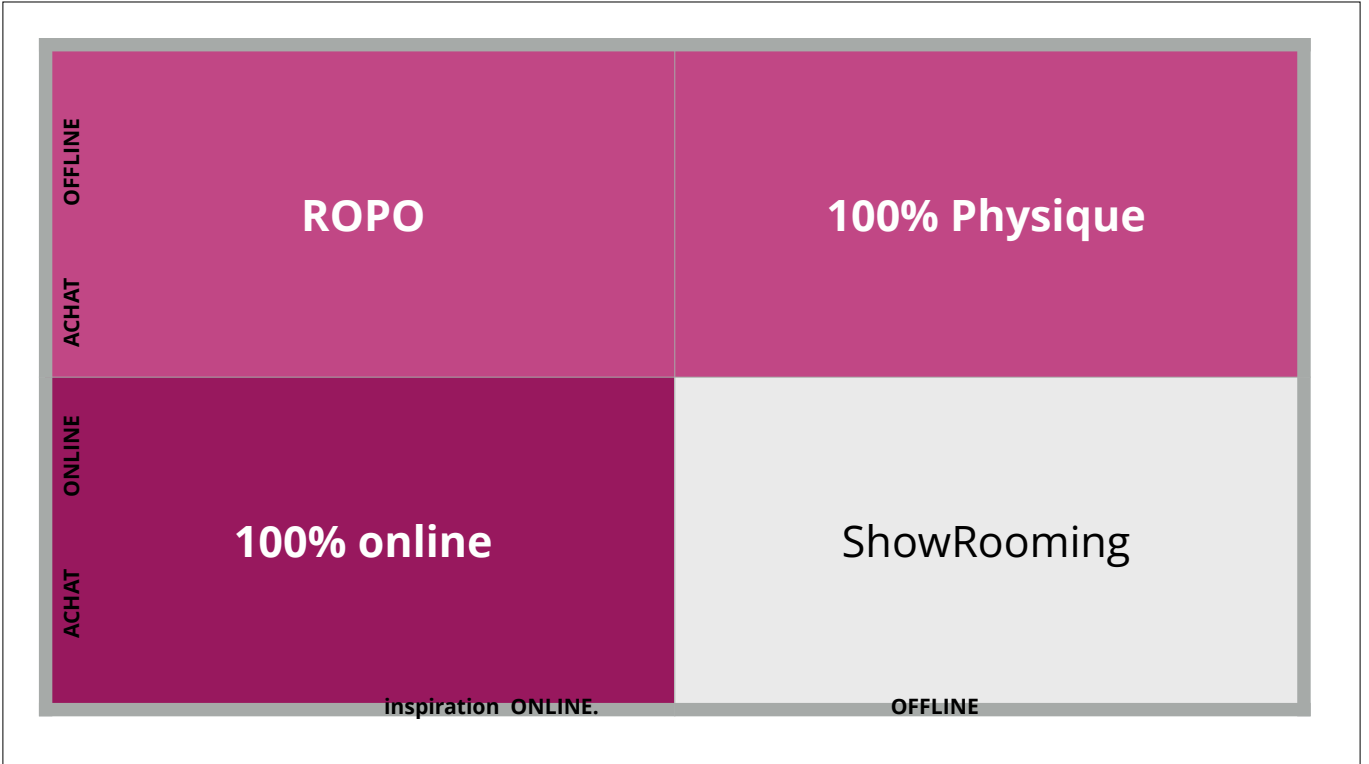
LS

Living Services

**THE DIGITISATION
OF EVERYTHING**

+

LIQUID EXPECTATIONS



MonoCanal

MultiCanal

CrossCanal

OMNISCANAL

multi
cross
omni



« MULTI »



« CROSS »



« OMNI »

CUSTOMER JOURNEY ANALYTICS

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



OMNISCANAL



NUDGE

marketing



1785 «Les Sablons» LouisXVI & Antoine Parmentier



[Who we are](#)

[What we do](#)

[Knowledge &
Learning Resources](#)

[News](#)

[Contact us](#)

BVA Nudge Consulting is a global consultancy that applies the best of Behavioral Science to help organizations and humans to...

Be healthy

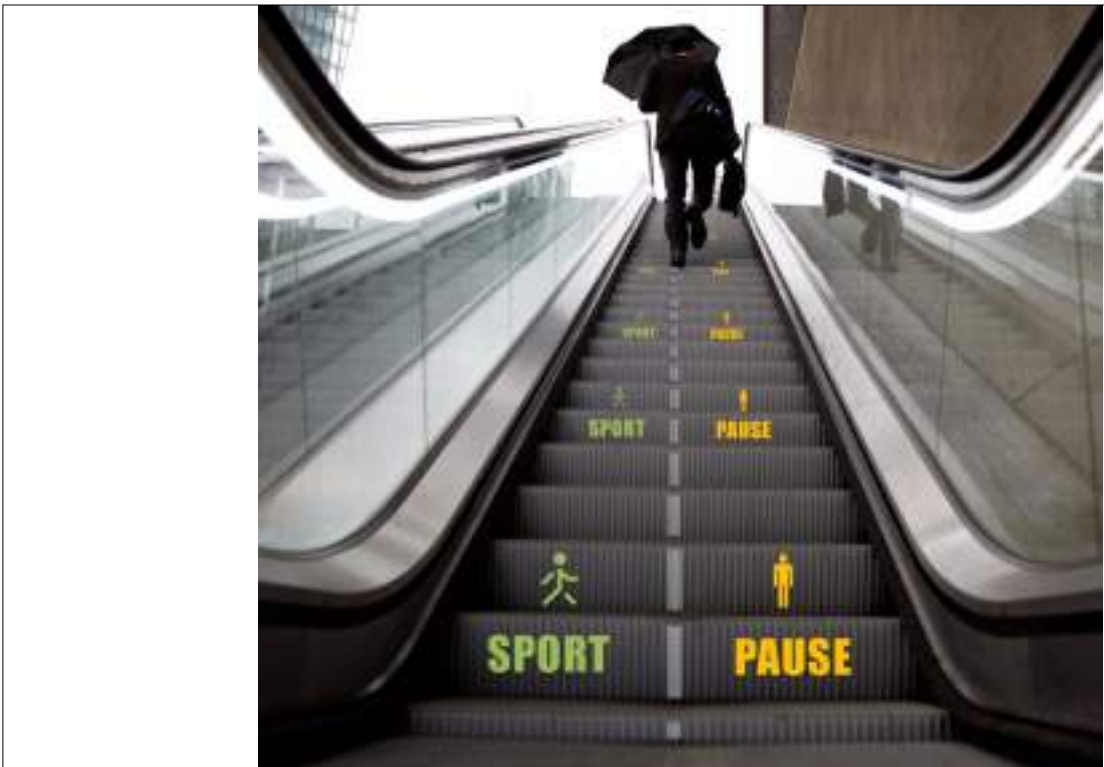


Be happy



Be green



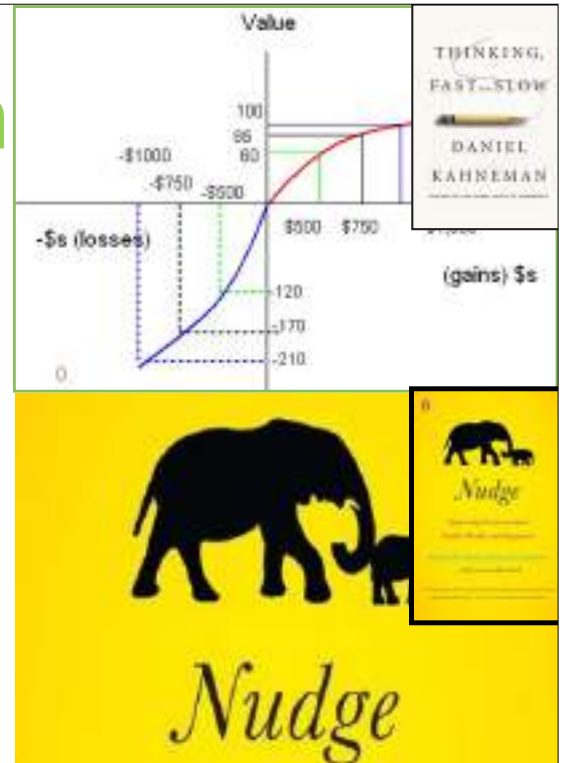






Daniel Kahneman

2002 Decision making
under uncertainty

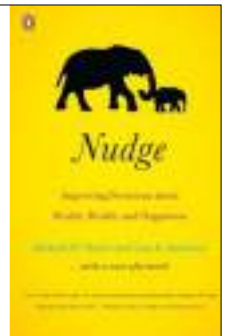


Richard Thaler

Nobel 2017 pour Nudge

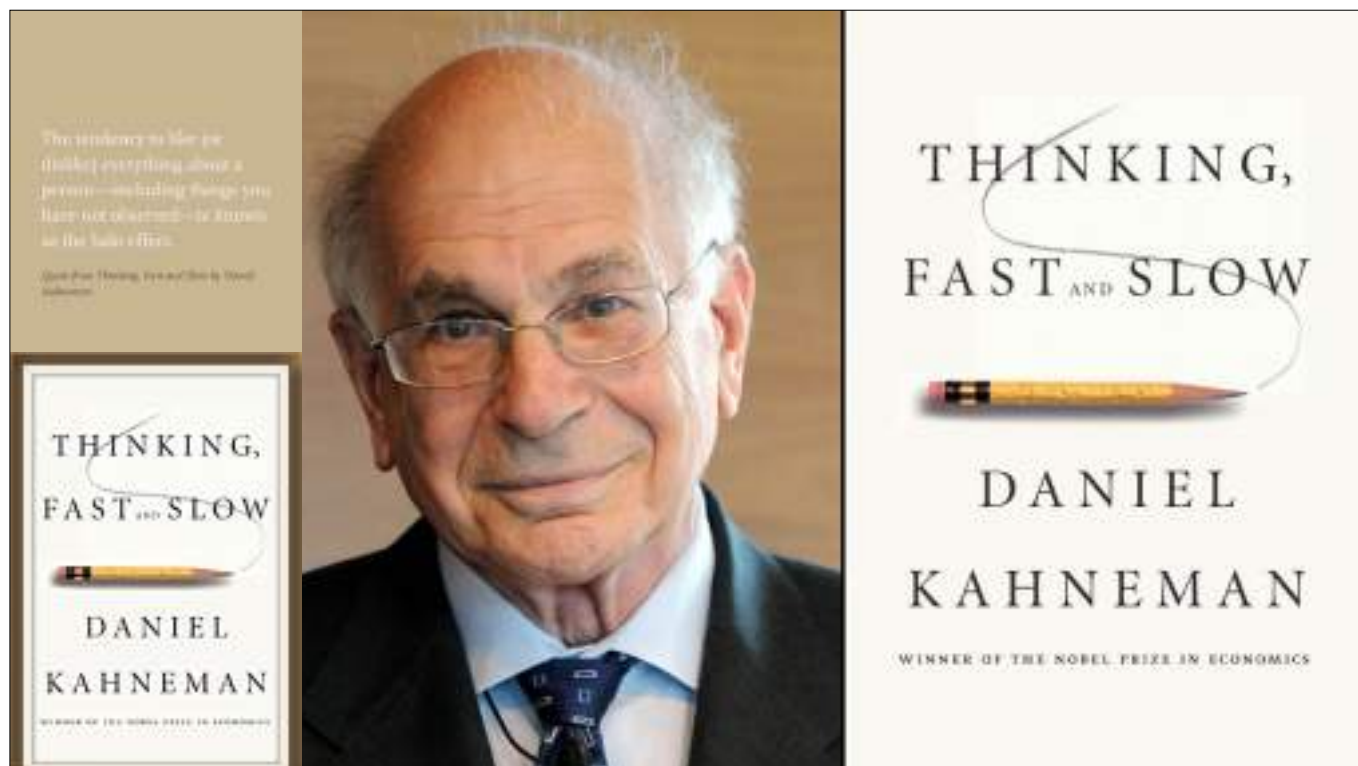
Richard Thaler

Nobel 2017 Nudge



to encourage or persuade someone to do
something in a gentle way

inciter sans que l'incitation soit perceptible, sans contrainte ni récompense



CONTENT

\\
FOMO

BRAND CONTENT

\\vs.

content marketing

New Searches

***Search engine
Generative engine***

new content for agentic

INBOUND

~~TIME
=
MONEY~~

“

ATTENTION

=

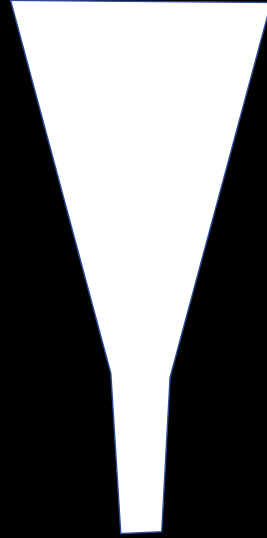
MONEY

”

SAMSUNG

AAARRR

Awareness
Acquisition
Activation
Retention
Revenue
Referral



SAMSUNG

AAARRR

Awareness
Acquisition
Activation
Retention
Revenue
Referral

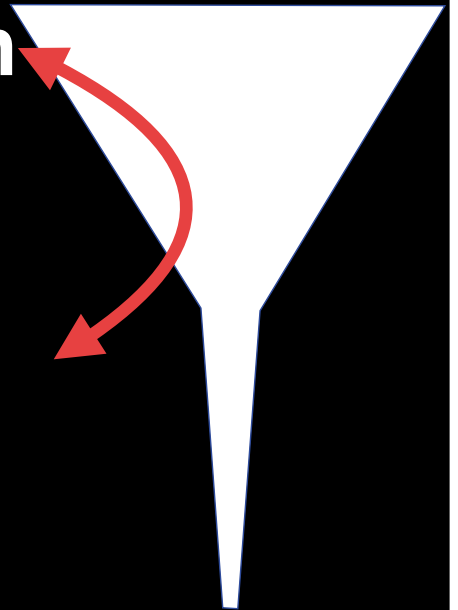
Notoriété
Acquisition
Activation
ACHAT
Parrainage
Retour



SAMSUNG

AAARRR
Awareness
Acquisition
Activation
Retention
Revenue
Referral

Acquisition
Activation
ACHAT
Notoriété
Retour
Parrainage



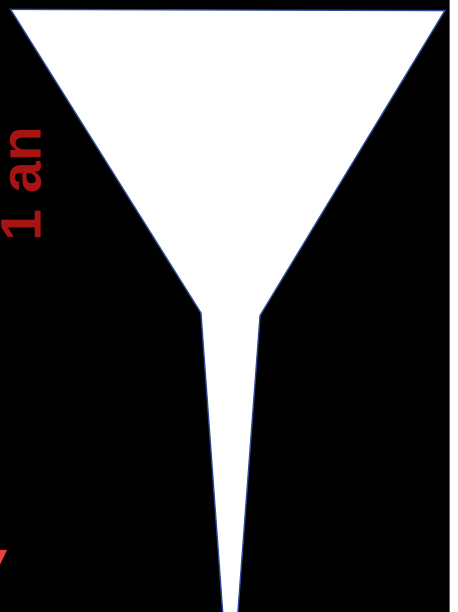
SAMSUNG

AAARRR
Awareness
Acquisition
Activation
Retention
Revenue
Referral

3 jours

2 mois

1 an



SAMSUNG

AAARRR

Taux de conversion

Users that visited Main Page

Users that did Sign Up action

Users that completed Onboarding

Users that did Invite teammates action

Users that did Paid

SAMSUNG

AAARRR



TOFU

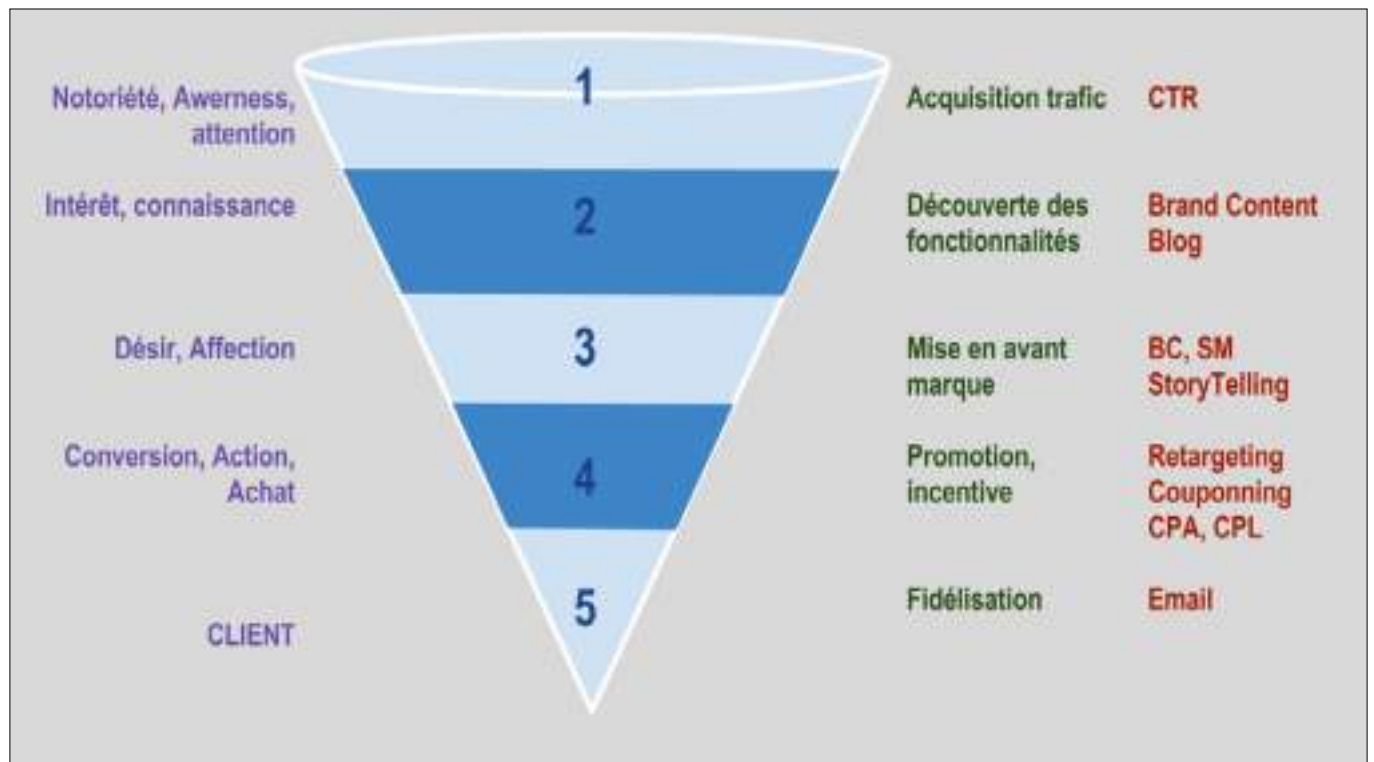
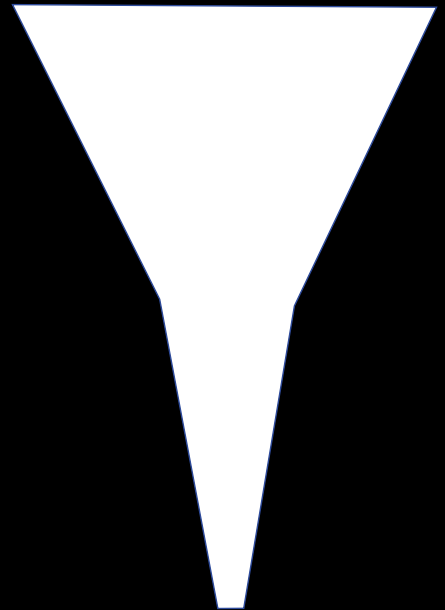
Top of the Funnel

MOFU

Middle of the Funnel
MID FUNNEL

BOFU

Bottom of the Funnel



~~SWOT~~

VUCA

~~SWOT~~

Volatility
Uncertainty
Complexity
Ambiguity

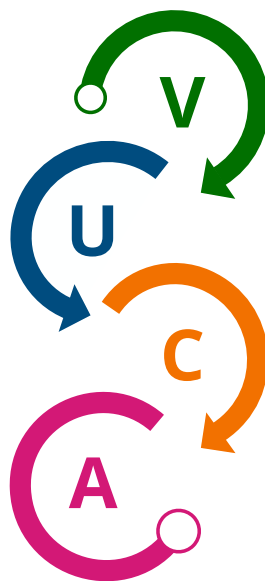
VUCA

Incertitude

—
Pas vision des conséquences / bonne connaissance
Uncertainty
en place de test ou utilisation de modèle prédictif

Ambiguïté

—
Peu de vision & peu de connaissance
On ne sait pas ce qu'on ne connaît pas



Volatilité

—
Bonne vision, bonne connaissance
Gestion du temps de transition et des plannings

Complexité

—
Bonne vision, manque de connaissance
Vision claire du futur
Pas assez de données sur le marché, la concurrence...

Harvard Business Review

IN KNOWLEDGE
Four Paths to Business Model Innovation
Hans Christmann, Sergio Lazzarini

ON THE EDGE
Lenovo CEO Yang Yuanqing on the PC's Future

FOR THE LONG TERM
The Crisis in Retirement Planning
Robert C. Merton



The New Basics of
MARKETING

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

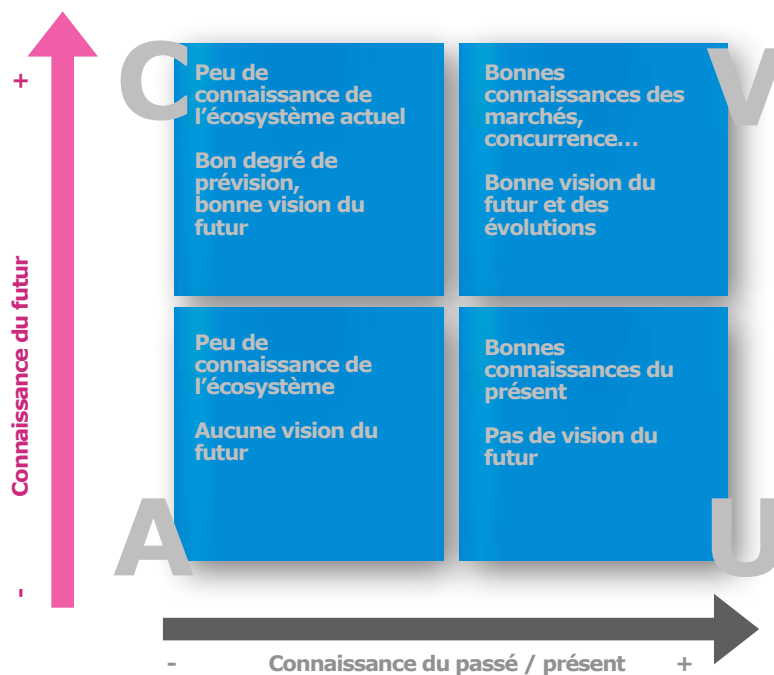
HBR
2014

<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 Simplifié



**Bob
Dylan**



**Kendrick
Lamar**



VUCA

VUCA : NIKE with colin kaepernick



Carrefour de
Shibuya à Tokyo
Le plus grand
carrefour du
monde

VUCA

QUELLE ANALYSE DE LA SITUATION ?

Que décider ?

Où aller ?

Qui gagne ?

Quelles conséquences ?

Que retiendra l'histoire ?

Waterloo. 18 juin 1815, par Clément-Auguste Andrieux

HOW WELL CAN YOU PREDICT THE FUTURE?

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?



+

THE RESULTS OF YOUR ACTIONS?

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.

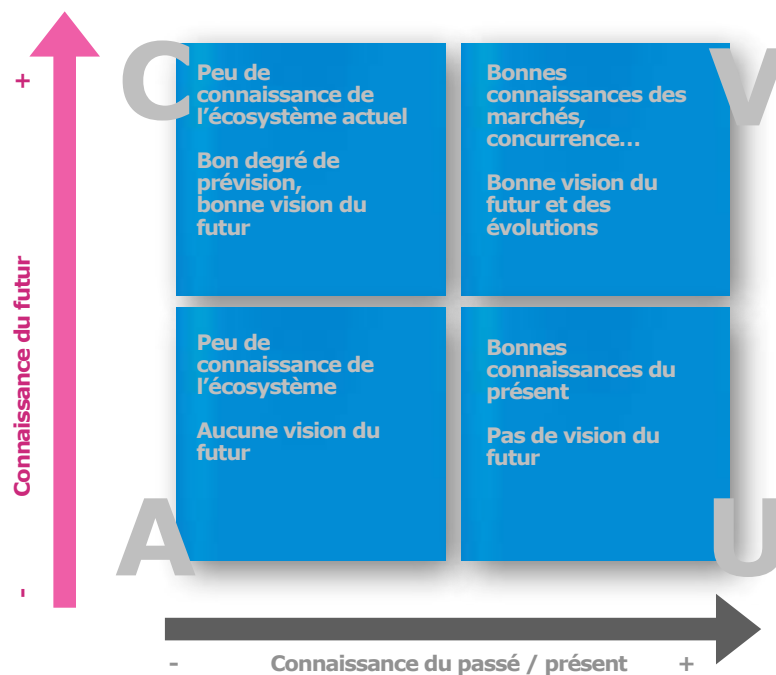
volatility

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.

VUCA
Simplifié



VUCA
outil militaire
adaptation
aux
conditions
post guerre
froide

HBR 2014

complète
bien le
SWOT

Volatilité Incertitude Complexité Ambiguïté

4 types de situations qui demandent 4 types de réponses (avec un autre VUCA : Vision, Understanding, Clarity, Agility)

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 - Virgin Group

«La confiance de l'oiseau ne vient pas de la solidité de la branche ... mais de sa capacité à voler»

VUCA Deux axes

2 axes

+ ... -

1/ Niveau de connaissance sur l'écosystème, l'environnement et la situation

La masse d'informations est suffisante pour connaître l'environnement ?
L'information est disponible ?
Nous disposons de temps pour chercher l'information

2/ Capacité à prédire les conséquences des décisions / Qualité des prédictions des effets des actions

Le marché est-il apprivoisé ?
Dispose-t-on de modèles de réussite ou d'échec ?
Quelle est notre expérience sur les réactions du marché ?

matrice 2x2
4 cases

Bonne connaissance et bonne anticipation
Bonne connaissance MAIS pas d'anticipation
Manque d'info MAIS bonne anticipation
Manque d'info ET aucune anticipation

Volatilité
Incertitude (Uncertainty)
Complexité
Ambiguïté

Volatilité (vitesse)

Situation non stable, qui change et évolue rapidement. la vitesse des changements augmente avec des fluctuations sans tendance claire
instabilité pour un durée inconnue
facile à comprendre, bien documenté , habituel

Des 4 situations c'est la plus facile à appréhender, la difficulté vient de la vitesse, de la rapidité et des délais de réaction (difficulté 2/5)

PAR EXEMPLE : la fluctuation des cours du pétrole :les prix d'approvisionnements sont impossibles à réguler

les décisions doivent être claires et partagées par tous rapidement (exemple : un objectif général de conserver une rentabilité de x %).

Le décideur doit aussi être à l'écoute des mouvements du marché et avoir prévu des moyens d'amortir les fluctuations pour limiter leur impact, en phase avec la rentabilité recherchée (exemple : établir des stocks suffisants mais limités car ils engendrent des coûts élevés)

Bonne connaissance de la situation Bonne prévisibilité des actions Les informations sont disponibles, elles sont simples ; les effets des actions sont prévisibles. Mais la question est le temps : quelle est la durée de cette situation.

C'est volatile. Il faut agir vite, être prêt à pivoter et rester agile !

Incertitude Uncertainty

La situation n'est prévisible, ni certaine. Le présent n'est pas clair et le futur encore moins, impossible de planifier sans compréhension du présent

les effets sont connus, documentés, mais leur arrivée est incertaine

Difficulté moyenne (difficulté 3/5)

PAR EXEMPLE : si un concurrent lance un nouveau produit (ce qui n'est pas certain) ALORS il se passera une guerre des prix

les décisions prises dans ce cas nécessitent de s'asseoir sur une bonne connaissance des données économiques. Le recueil et le traitement de données permettent de limiter l'incertitude et d'optimiser les chances de succès. La prise de décisions se fait aussi en faisant appel à des experts capables d'apporter des solutions innovantes issues de l'analyse des données

Bonne connaissance de la situation Pas de prévisibilité des actions

Beaucoup d'information disponible mais pas de modèle ou d'antécédent.

C'est incertain. Il faut se lancer pour avoir la première expérience qui sera un atout concurrentiel.

Complexité

Détail

La situation n'est pas simple, ni linéaire et il n'y a pas d'analyse, d'explication ou de solution simples, arbre de décision complexe, facteur de décision multiple (PESTEL)

Les données sont multiples et complexes

Il est possible de prédire et réfléchir à chacune des occurrences, mais leur multiplicité rend le raisonnement difficile

Difficulté moyenne (difficulté 3/5)

PAR EXEMPLE : les groupes de consommateurs réagissent différemment aux FakeNews
décisions doivent être collaboratives car les facteurs à analyser sont multiples. L'appel à de nombreux experts est indispensable pour maîtriser tous les paramètres en jeu. Exemple de choix à faire : prendre de décisions liées à des marchés hétérogènes où chacun possède ses propres règles et coutumes

Faible connaissance de la situation Bonne prévisibilité des actions

Beaucoup de variables interconnectées.

Pris individuellement, les effets sont simples et connus. Mais le nombre et la diversité font la difficulté. C'est complexe. Il faut diviser en petite entité et s'adresser à des spécialistes puis refaire la synthèse

Ambiguïté

Détail

Situation très floue. Pas de rapport évident entre cause et effet/conséquence manque de clarté sur la signification d'un événement difficile de prédire l'impact des initiatives
on ne connaît pas cet inconnu avec une situation sans précédent
aucune connaissance, aucune documentation, aucun antécédent
il faut faire des hypothèses

C'est la plus difficile des 4 situations (difficulté 5/5)

PAR EXEMPLE : si un État interdit la circulation des camions

les décisions à prendre dans cet environnement sont difficiles car les forces en présence ne sont pas identifiées, l'entreprise doit faire des choix « pour la première fois », sans faire appel à son expérience. Exemple de situation : décider de lancer des produits en dehors de son cœur de métier ou se développer sur des marchés émergents

Faible connaissance de la situation Pas de prévisibilité des actions La situation est inconnue, les développements et évolutions sont impossibles à prévoir. Les éventuelles actions auront des effets imprévisibles. Il n'y a rien de comparable. C'est ambigu.

Test and learn par petite touche en limitant les risques.

VUCA

Concurrence
Attentes clients
Talent
Technologie
Parties prenantes
Économie

C

Notre concurrence est composée à la fois de multinationals, de PME de TPE et d'auto-entrepreneurs

Nous souhaitons vendre nos produits dans un marché sur lequel nous n'avons aucune expérience et information disponible

Nous avons besoin de talents déposant déjà de leur réseau d'expertise

Nous maintenons un portolo de technologies qui demandent des équipements et des logiciels de niche

Nous avons de nombreux fournisseurs dont les retards de livraisons peuvent avoir des conséquences durables sur la production

Nous vendons dans 10 pays disposant chacun de leur propre spécificités et de leurs lois

Dans notre industrie, certains concurrents font des réductions importantes qui De plus en plus de nos clients prennent en compte les notations en ligne, ce qui a un effet exponentiel sur nos ventes.

La rapidité des changements d'attente des candidats affecte notre attractivité.

Il y a des améliorations technologiques qui remettent en cause notre business model

Nos fournisseurs sont susceptibles d'être affecté par un confinement ou la météo

Nos exports sont sujets à d'imprévisibles changements de frais de change et de tarifs

V

A

Nous répondons à un appel d'offre en collaboration avec un concurrent pour apporter une réponse globale.

Nous cibons plusieurs segments clients dont les attentes sont contradictoires

Nous avons besoin de personnes capables de développer des compétences qui n'existent pas encore

Notre offre soit en même temps obsolète et avant-garde selon le pays et les segment de marché

Nous souhaitons trouver des fournisseurs plus efficaces dans pays où il est difficile de trouver des informations.

Nous vendons sur un marché ayant à la fois une clientèle mature et une clientèle qu'il faut former

Le lancement d'un produit concurrent prévue à une date qui nous est inconnue rend l'avenir imprévisible

Un de nos segments clients est en train de changer mais nous n'en comprenons pas encore la raison.

Nous recrutons des seniors et des millennials mais ignorons s'ils vont rester.

Une nouvelle technologie ours de développement pourrait rendre nos produits obsolètes du jour au lendemain

Des fournisseurs vont fusionner, ce qui va augmenter nos prix et affecter notre approvisionnement.

Un composant de notre procédé de production risque de devenir interdit mais nous ignorons quand

U

VUCA Simplifié

Contrairement à SWOT ou PESTEL toutes les cases ne sont pas remplies à l'instant T. A chaque étape, le décideur se trouve dans une case qui nécessite une certaine attitude
Outil militaire post guerre froide

2/ Capacité à prédire les conséquences des décisions /
Qualité des prédictions des effets des actions

Décision multifactorielle

il faut mieux analyser et clarifier la situation

Seule la vitesse des changements augmente

il faut suivre la vision de la stratégie et l'adapter

La solution est inconnue dans un environnement instable

il faut de l'agilité pour imaginer le futur

La stabilité actuelle n'aide pas l'adaptation au futur

il faut mieux comprendre les réactions face à nos actions

CV
AU

1/ Niveau de connaissance sur l'écosystème, l'environnement et la situation

VUCA

Exemple Politique

Attendre l'inattendu

(voir aussi le brexit ou
l'élection de Trump ou
encore le printemps
arabe)

C

2020 élection mairie
de Paris, les
conséquences des
programmes et
alliances sont
connues mais l'état
de la situation n'est
pas clair

V

2019 réforme des
retraites, la situation
et les projections
sont claires. Les
forces en présence
défendent un point
de vue clair.
Comment cela va-t-il
tourner ?

A

2017 Macron devient
président
La situation n'est pas
claire et les
conséquences des
actions non plus

U

2018 les gilets jaunes
manifestent
La situation est claire
mais les
conséquences restent
inconnues

VUCA

Exemple Ferrero

Huile de palme
Prix bas
Ségolène Royale

C

**Ferrero peut il
envoyer des produits
dans les pays où les
enfants sont mal
nourris**

nutella

V

**L'image RSE de
Ferrero est mauvaise
(par rapport à
Danone)
Les consommateurs
pourraient boycotter
les produits du groupe.
Ferrero doit-il
participer au
replantation des forêts**

A

**Ferrero doit il
financer la recherche
sur des nouveaux
nutriments bio,
vegan, respectueux,
inclusif.**

nutella

U

**Nutella : les
problèmes de l'huile
de palme sont bien
connus.
Mais les
conséquences du
maintien de la
production sont flous**



VUCA

Exemple NIKE

La campagne de
l'année 2018 : NIKE
Believe in something
avec Colin Kaepernick



C

Nike peut retirer sa
campagne et
présenter des
excuses

V

Nike peut arrêter toute
communication
pendant quelques
mois et tester
régulièrement la
capacité d'oubli

A

Si la communication
ne «passe» pas est
ce que Nike est
réellement prêt à
TOUT perdre ?

U

Comment vont réagir
les utilisateurs face à
une telle pub (dans
un premier temps
rejet, puis ensuite
adoption)

VUCA

Exemple SAFRAN

Le fly shame
(flygskame) lancé par
Gréta Thumberg
Suite du 737MAX



C

Quel sera le prochain
mode de transport
ostracisé ? (camion,
voiture, diesel,
électrique, avion...)

V

L'aérien est-il trop
consommateur
d'énergie fossile, trop
producteur de CO2 ou
trop bruyant ?

A

Doit on faire des
recherches sur un
moteur qui
consomme moins ou
électrique ?

U

Le nombre de
passagers et le fret
vont ils baisser pour
des raisons
écologiques

VUCA

Exemple RENAULT

La voiture électrique
L'emprisonnement de
Carlos Ghosn



RENAULT

C

Faut-il renforcer
l'électrique ou dé-
polluer le moteur à
explosion ?

Fallait-il fusionner
avec Fiat ou laisser
PSA le faire ?

V

A

Faut-il défendre
l'ancien président
emprisonné au
Japon (puis évadé au
Liban) ?

Nissan doit elle
prendre plus de place
dans l'Alliance ?

U

VUCA

Exemple ECOLE SUP

Les diplômes
Les MOOC
Les formations pro

C

Faut-il lancer toutes
les formations en
MOOC à distance et
gratuite quitte à vider
l'école ?

L'effet des classements
et accréditations dans
le nombre de candidat

V

A

Les recruteurs
seront-ils toujours
aussi attachés aux
diplômes ?

Quid des nouveaux
classements qui
pourraient apparaître
?

U

News Feed Tech



Atelier Workshop Use-Case



 Market potential

KUEHNE+NAGEL 



VUCA Appliqué

Au transport
Au recrutement
À la logistique
À Kuehne+Nagel



Persona, Empathie, Parcours

Choisir un persona
Remplir sa fiche
Choisir une photo
remplir sa carte d'empathie
Remplir son parcours avec les points de contacts qualifiés



Jean-Luc



CITATION

« J'ai un beau métier, mais mes priorités sont ailleurs. Mon employeur n'est pas mon seul centre d'intérêt »

BIO

Jean Luc 36 ans est pilote de ligne depuis 3 ans dans une compagnie low cost européenne. Il trouve que sa vie manque de sens, de variété et d'originalité.

Nom Jean-Luc
Age 36
Vie à Paris
Avec Jeanne
Sans enfant
Education Supérieure (ingénieur école promo ...)
CV pilote entreprise 1
Pilote entreprise 2
Passionné d'aviation et de modèle réduits
Passionné de races de chiens et de voyages en Asie

EPIC / USER STORY / PAIN POINT / PROBLÈME

Quel est le problème de Jean-Luc ?

Quelle est la frustration de Jean-Luc ?

Quels sont les besoins et attentes de Jean-Luc ?

Pourquoi n'est-il pas satisfait des solutions existantes ?

...

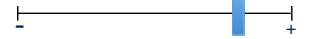
...

...

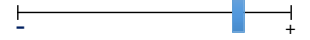
...

Empathie map si besoin pour mieux comprendre le persona

Revenus



Ville



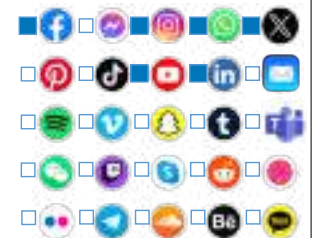
Fréquences



Usage mobile



Know How



Client Fournis ASS Inter



this
person
doesn't
exist
.com

Surnom
Age
Vit à
Vit avec
Enfant
JOB
Education

CV

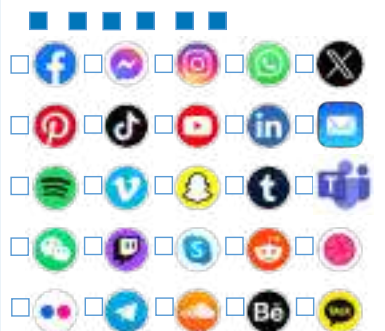
Passionné par

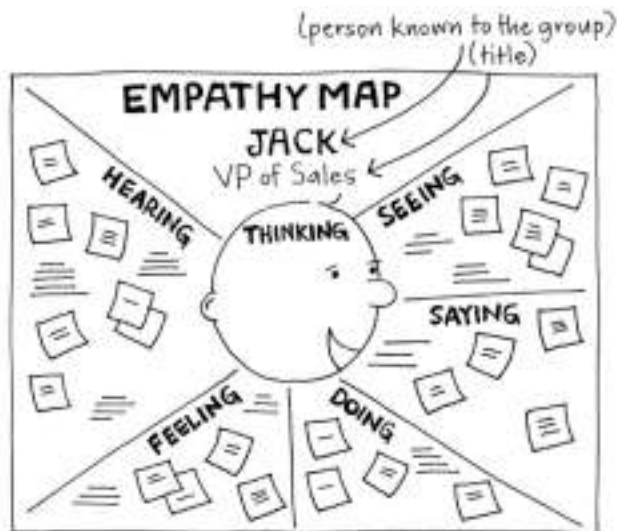
Problèmes / Besoins / Attentes / Frustrations /
Insatisfactions / Pain points / EPIC / USER STORY
Quel est le problème ?
Quelle est la frustration ?
Quels sont les besoins et attentes ?
Pourquoi n'est-il/elle pas satisfait des solutions
existantes ?

...

...

Empathie map si besoin pour mieux comprendre le persona





METHOD EMPATHY MAP



WHY use an empathy map

Good design is grounded in a deep understanding of the person for whom you are designing. Designers have many techniques for developing this sort of empathy. An Empathy Map is one tool to help you synthesize your observations and draw out unexpected insights.

HOW to use an empathy map

UNPACK: Create a four quadrant layout on paper or a whiteboard. Populate the map by taking note of the following four traits of your user as you review your notes, audio, and video from your fieldwork:

- SAY: What are some quotes and defining words your user said?
- DO: What actions and behaviors did you notice?
- THINK: What might your user be thinking? What does this tell you about his or her beliefs?
- FEEL: What emotions might your subject be feeling?

Note that thoughts/beliefs and feelings/emotions cannot be observed directly. They must be *inferred* by paying careful attention to various clues. Pay attention to body language, tone, and choice of words.

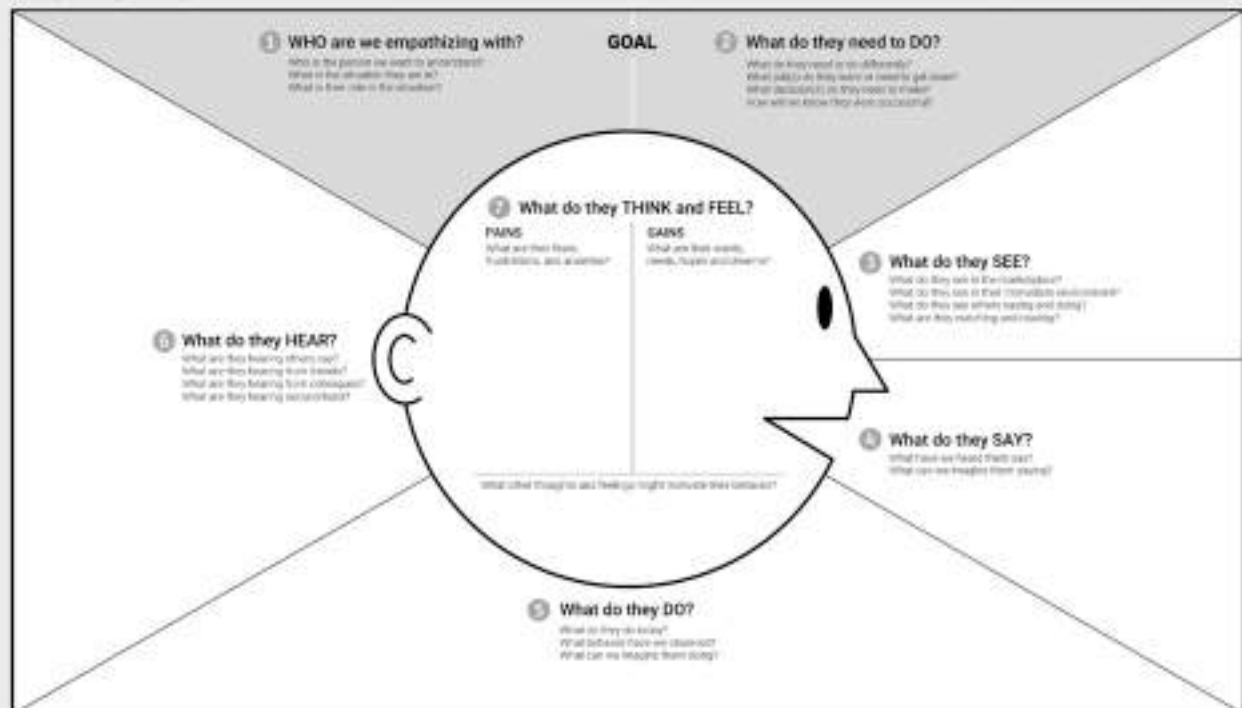
IDENTIFY NEEDS: "Needs" are human emotional or physical necessities. Needs help define your design challenge. Remember: Needs are verbs (activities and desires with which your user could use help), not nouns (solutions). Identify needs directly out of the user traits you noted, or from contradictions between two traits - such as a disconnect between what she says and what she does. Write down needs on the side of your Empathy Map.

IDENTIFY INSIGHTS: An "Insight" is a remarkable realization that you could leverage to better respond to a design challenge. Insights often grow from contradictions between two user attributes (either within a quadrant or from two different quadrants) or from asking yourself "Why?" when you notice strange behavior. Write down potential insights on the side of your Empathy Map. One way to identify the seeds of insights is to capture "tensions" and "contradictions" as you work.

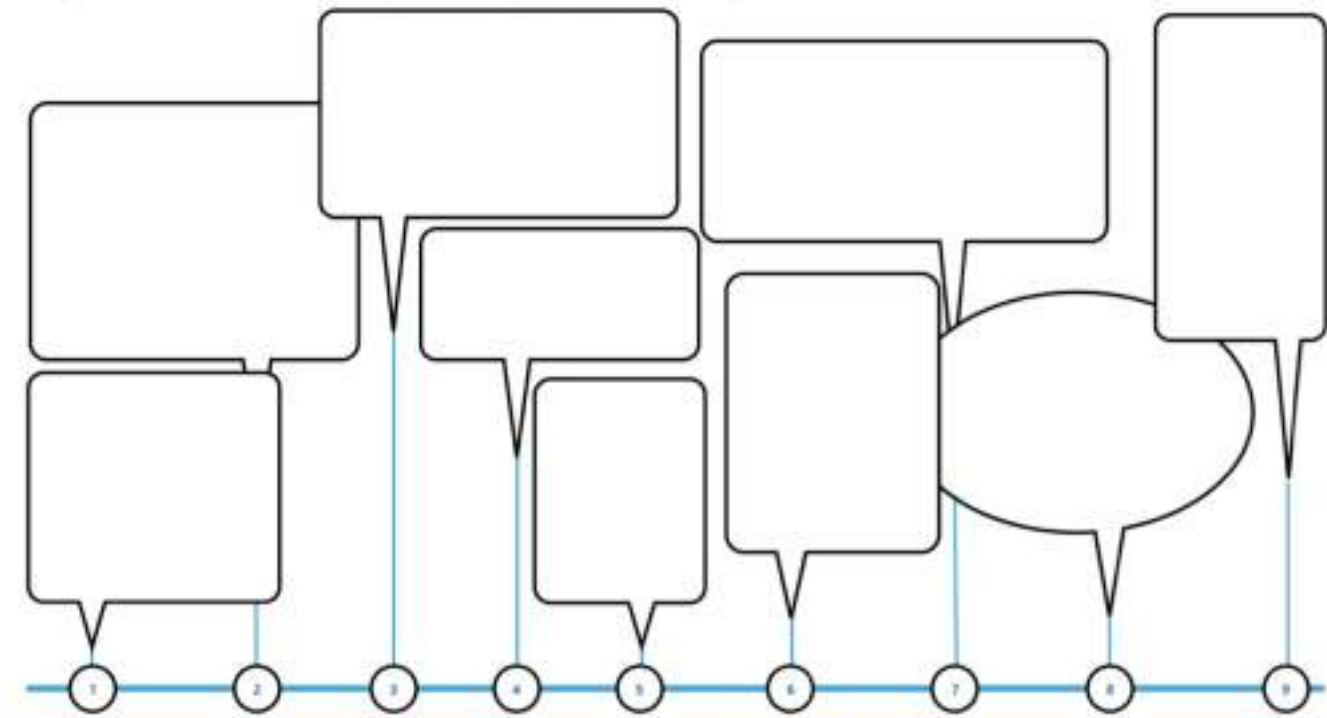
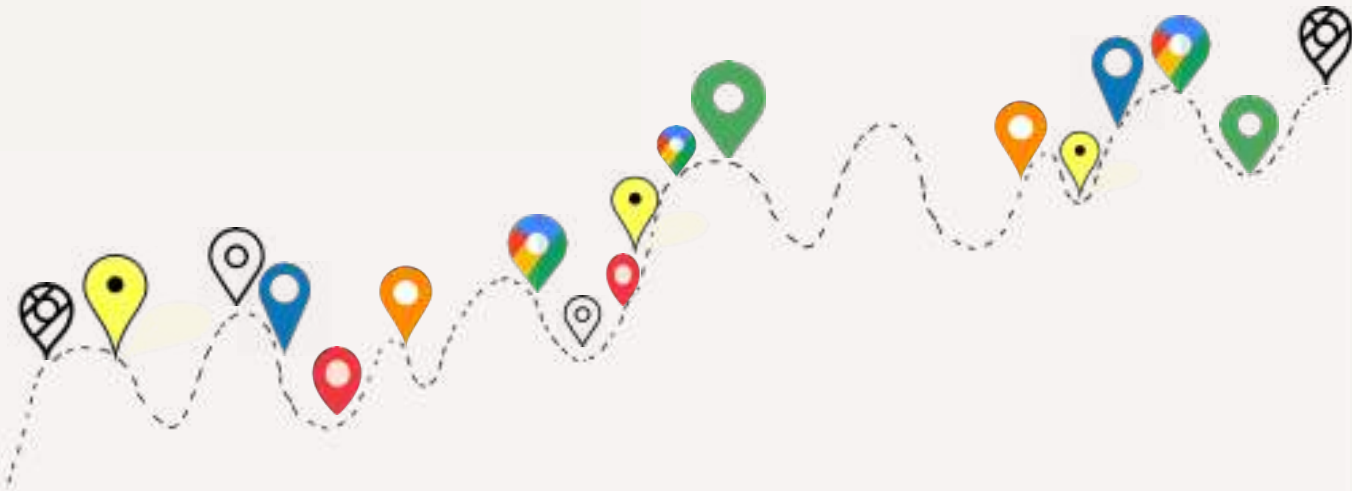
15

d.00000

Empathy Map Canvas



Customer Journey
Parcours client



Numéro du touchpoint Point de contact	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Type de canal: (ordre d'importance: APP, Web, téléphone, courrier, lettre, fax, email, vidéo, etc.)									
Nom du canal / channel: (Site Web, Google, YouTube, blog, article, livre blanc, WebChat, etc.)									
Interaction client: (Comment et pourquoi le client utilise ce point de contact ? Quelles informations a-t-il reçu ?)									
Interaction marque: (Comment et pourquoi la marque est présente ? Quels outils digitaux utilise-t-elle ?)									
Avis / perception du client: ★ 3C ♥ 🍷 🍷 🍷 🍷 🍷									
Dérailage avec positionnement voulu: (image ou action souhaitées par l'entreprise : réorientation, réorientation, commande, etc.)									
Solutions et propositions d'amélioration: (comment et pourquoi faire ou proposer, sous quelles conditions, pour améliorer l'expérience client ou autre)									

THIS PAGE IS INTENTIONALLY LEFT BLANK

Future of Work

4

Le travail hybride JAN 2025

 early makers
since 1872

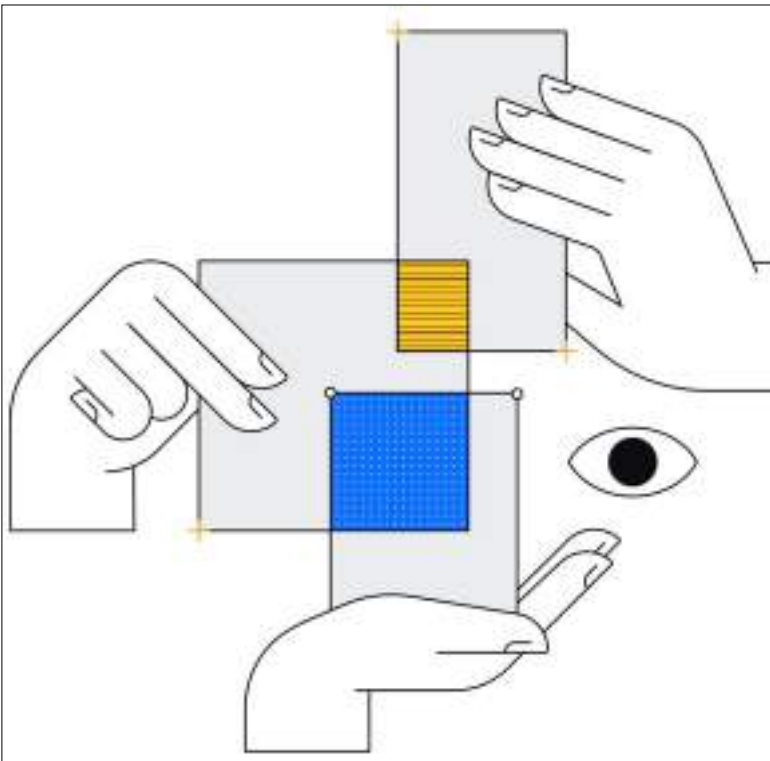
em
lyon
business
school

FOW

 early makers
since 1872

em
lyon
business
school

#newWorld management



NEW Work

HYBRID

#newWorld new Normal

THE BIG QUIT



A background image of the Paris skyline, featuring the Eiffel Tower prominently in the center. A large, semi-transparent white circle is overlaid on the image, containing the text.

Hybride Agile ...& Management

Travail hybride =
Moins de contrôle
Pas de micro-management
Demande protéiforme des
salariés
Besoin d'adaptation aux
clients

Management hybride
=
AGILE
vs. contrôle / présentiel

A photograph of a city skyline at dusk, with numerous skyscrapers illuminated. A large, semi-transparent light blue circle is centered over the image. Inside this circle, the text "Agile : seul moyen de s'adapter à l'hybride" is written in a dark blue, serif font.

Agile :
seul moyen de
s'adapter à
l'hybride



hybride
=
agile²

AGILITÉ

=

responsabilité décentralisée

+ confiance

+ mesures régulières

+ droit à l'erreur

+ tâches de petite taille

+ vitesse de livraison de la
valeur

+ itération et test&learn



Laisser les équipes auto-organisées choisir les tâches à effectuer avec le droit à l'erreur

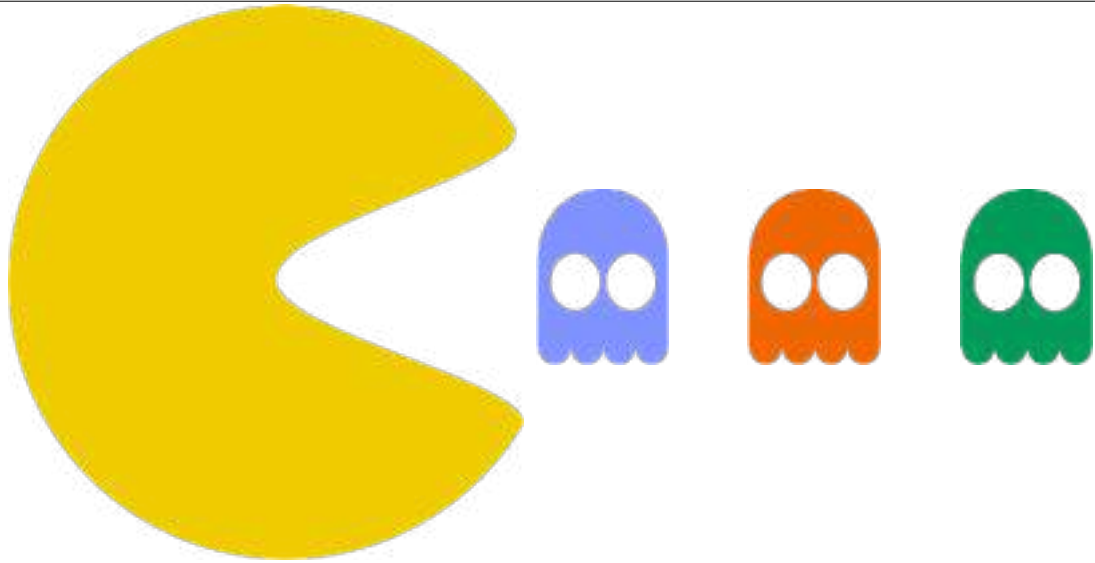
Le management fixe les objectifs à atteindre et donne confiance

Les équipes proposent une division du travail et créent la valeur pour le client

AGILITÉ n'est pas réservée

- à Netflix et Microsoft**
- aux startups**
- à l'informatique**
- à toute l'entreprise**
- à certains métiers**
- aux projets digitaux**
- première ligne vs. deuxième**

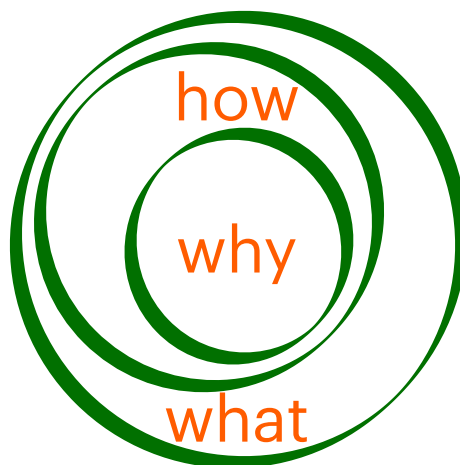




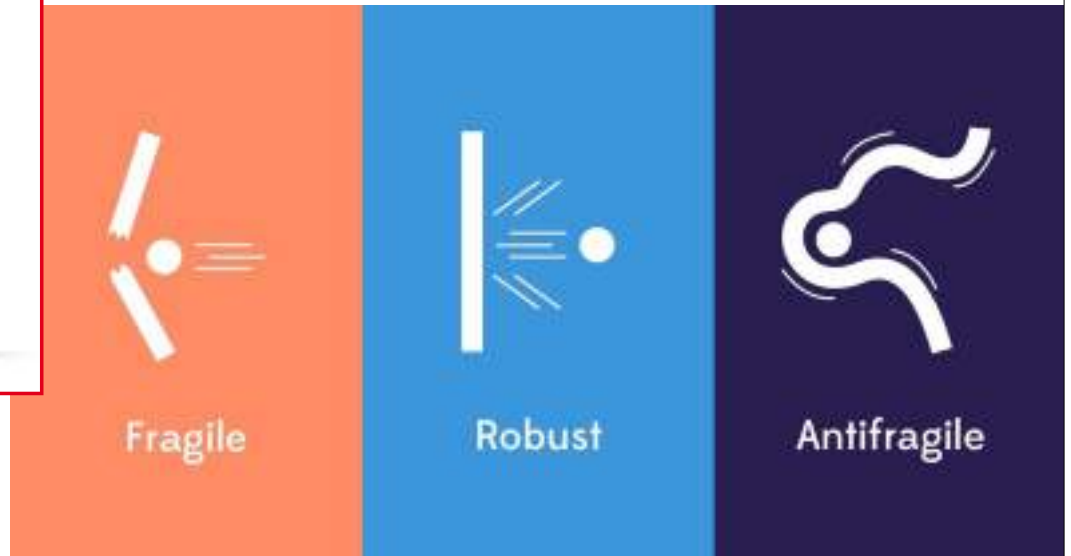
CULTURE EATS STRATEGY FOR BREAKFAST

Peter Drucker

Golden Circle



Simon Sinek



fragile

sensible, peur du stress



résilient

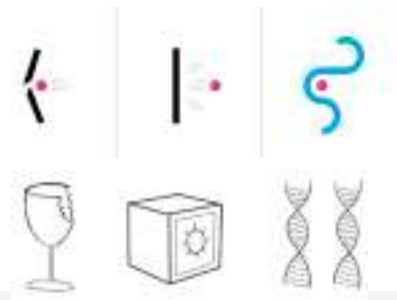
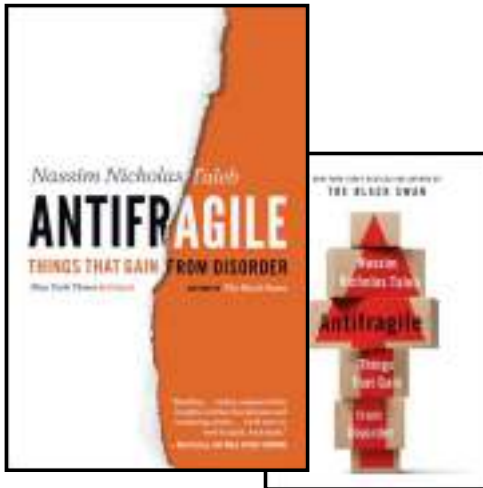
robuste, puissant, résiste au stress



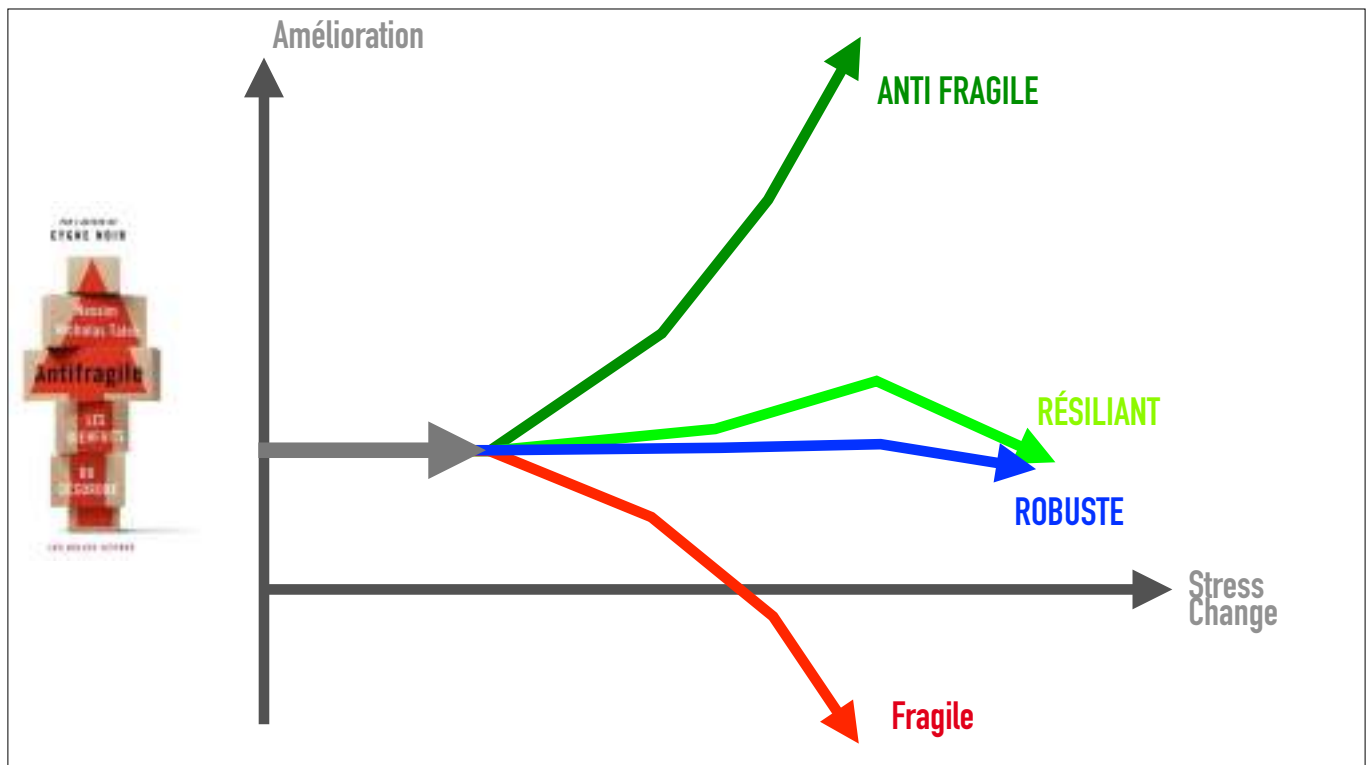
antifragile

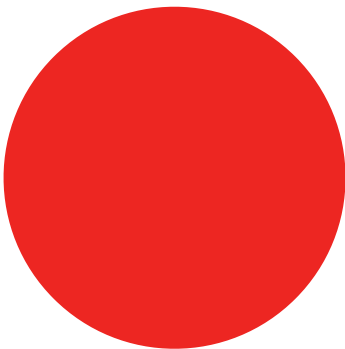
renforcé par l'adaptation au stress

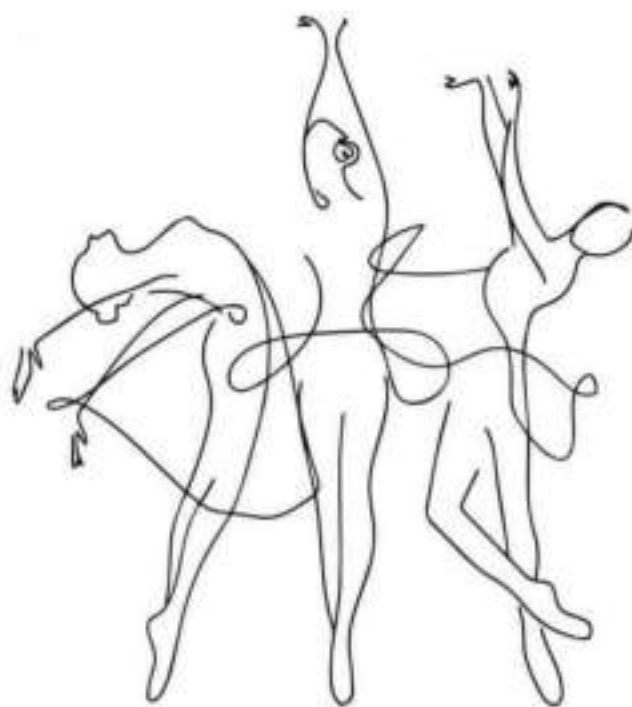
KINTSUGI ET ANTIFRAGILITÉ



Kintsugi
金継ぎ



I 
NY





Please read it at: agilemanifesto.org

Manifeste pour le développement Agile de solutions

Nous découvrons comment mieux développer des solutions par la pratique et en aidant les autres à le faire. Ces expériences nous ont amenés à valoriser :

Les individus et leurs interactions plus que les processus et les outils
Des solutions opérationnelles plus qu'une documentation exhaustive
La collaboration avec les clients plus que la négociation contractuelle
L'adaptation au changement plus que le suivi d'un plan

Nous reconnaissons la valeur des seconds éléments, mais privilégions les premiers.

XP FB
heart of A
Wiki

←

←

←

Kent Beck
Mike Beedle
Arie van Bennekum
Alistair Cockburn
Ward Cunningham
Martin Fowler

James Grenning
Jim Highsmith
Andrew Hunt
Ron Jeffries
Jon Kern
Brian Marick

→

→

→

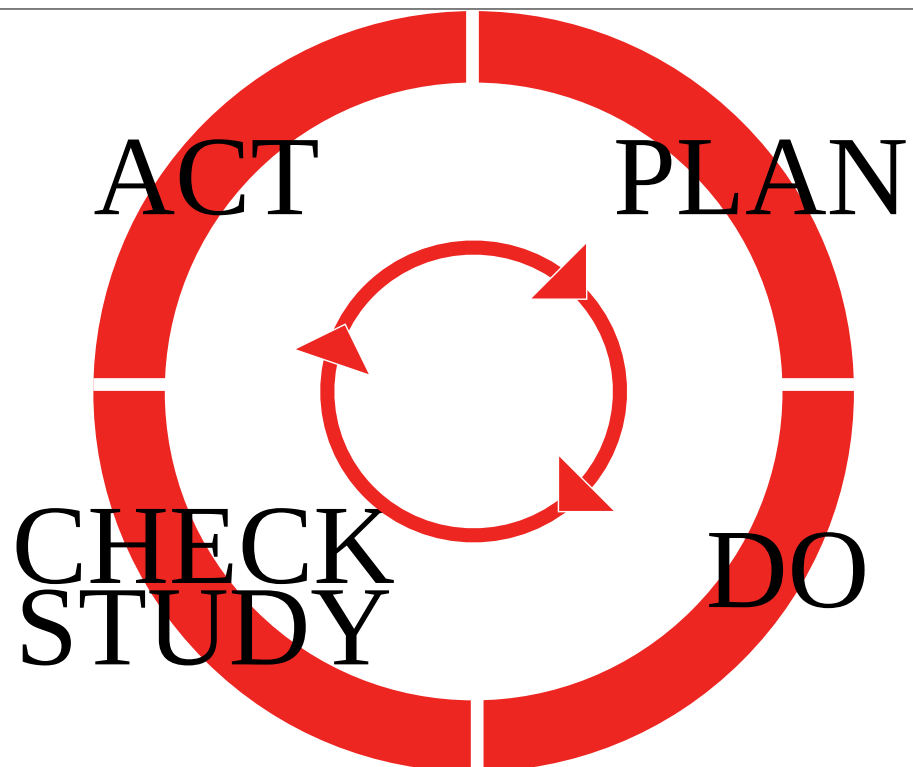
Robert C. Martin
Steve Mellor
Ken Schwaber
Jeff Sutherland
Dave Thomas

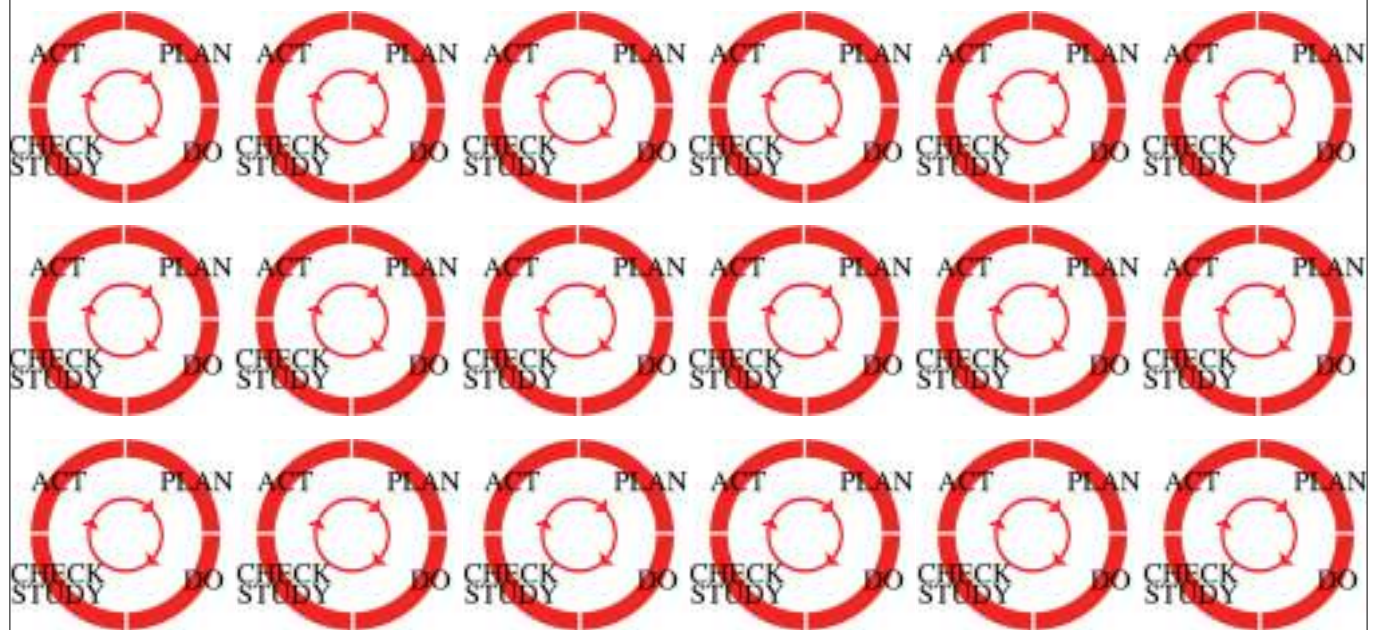
oncle BOB
SCRUM



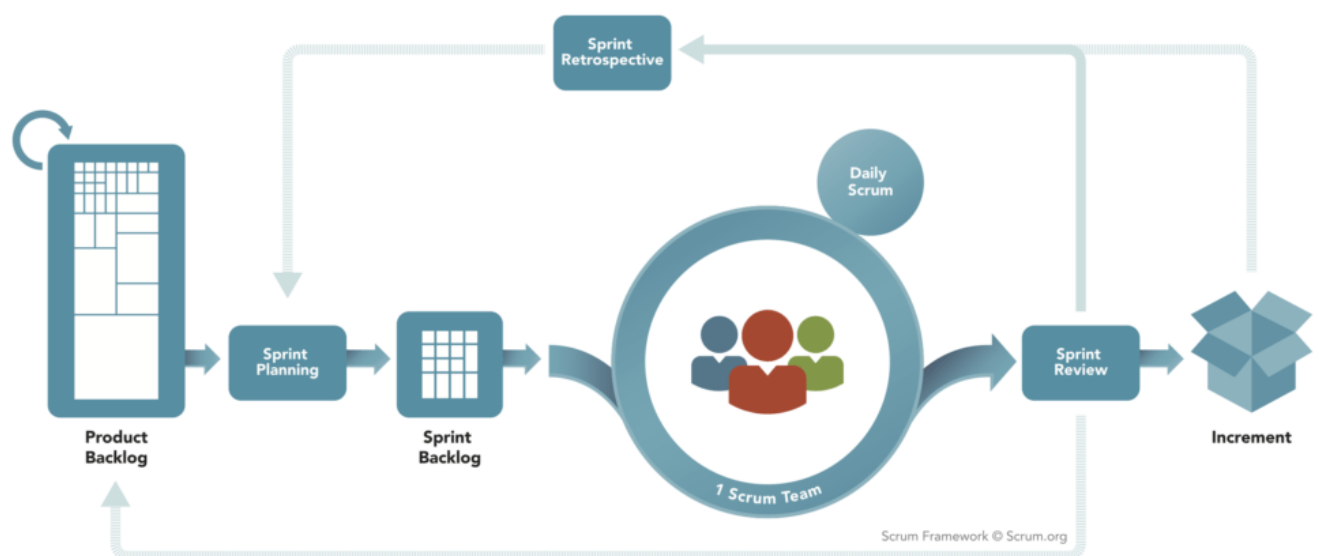
The 12 agile principles*

1 Satisfy the customer 	2 Welcome change 	3 Deliver frequently 	4 Work together
5 Trust and support 	6 Face-to-face conversation 	7 Working software 	8 Sustainable development
9 Continuous attention 	10 Maintain simplicity 	11 Self-organizing teams 	12 Reflect and adjust





SCRUM FRAMEWORK



system push work vs. pull model

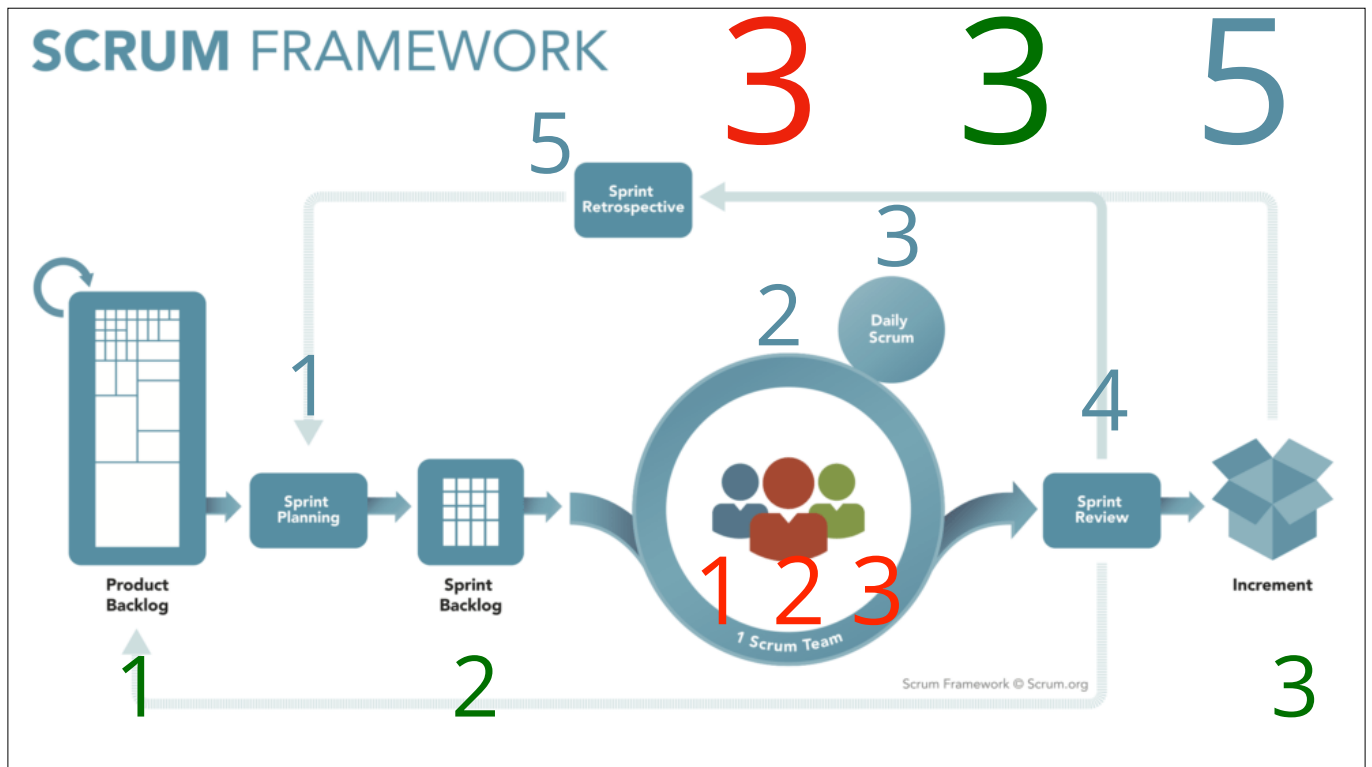
SCRUM = 3 3 5

3 ROLES

3 ARTIFACTS

5 EVENTS





GENZ

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

Steve Jobs





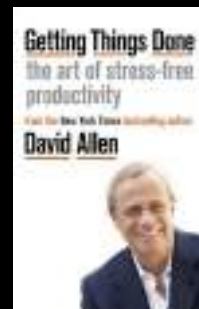
**FAIL FAST.
FAIL EARLY.
FAIL OFTEN.**

 bedssi.com



“**Done is better than perfect.**”

- Sheryl Sandberg, COO of Facebook



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



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

“
J'aime dire que la
transformation
digitale est finie.

”

AurélieJean
LP CEO et Fondatrice
In Silico Veritas, LLC



"Software is eating the world."

Marc Andreessen



Software is eating up the world*



* Marc Andreessen
in Wall Street Journal

Intelligent Machines

**Nvidia CEO: Software
Is Eating the World,
but AI Is Going to Eat
Software**



Atelier Workshop Use-Case



 Market
potential

OFFRE EMPLOI

FICHE DE POSTE

Décrire à la WTTJ (Welcome to the Jungle) un poste en tension à pourvoir en tenant compte du «future of work», du travail hybride et des aspirations GENZ



WTTJ

Welcome to the Jungle Home Find a job Find a company Media

2 - Start to apply

«Welcome to the Jungle» job description: stage

Stagiaire international de laboratoires d'analyses médicales, STAG (2020) (validation) clinique, technique et commerciale des produits thérapeutiques et des instruments d'analyse. Partenaire privilégié du monde scientifique et médical, notre ambition est de contribuer aux progrès de la santé.

Discover Stage Company Culture Jobs

Job description

Celui-ci stage n'est pas un stage, c'est une expérience à l'échelle internationale et à l'échelle internationale. Références médicales et diagnostics in vivo et post-mortem, privilège des laboratoires de biologie médicale, stage concept, technique et commerciale, à travers le monde, la plus large gamme de produits et d'instruments d'analyse en hématologie. Nous participons à une aventure unique de santé d'avenir, nous sommes prêts à vous accompagner et vous aider à réaliser vos rêves.



Plan
Digital

5

PLAN DIGITAL

JAN 2025

 early makers
since 1872

em
lyon
business
school

PLAN

 early makers
since 1872

em
lyon
business
school

master plan



Master Plan 3

Sustainable Energy For All of Earth



Tesla Electric Rollout Plan



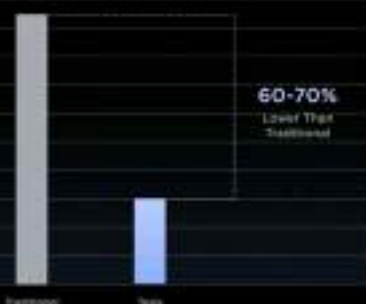
Coming in only for Tesla

Unlimited
overnight
home **charging**

\$30/month

Reducing SG&A per Car Enabling Improved Affordability

Selling, General & Administrative Expenses per Vehicle

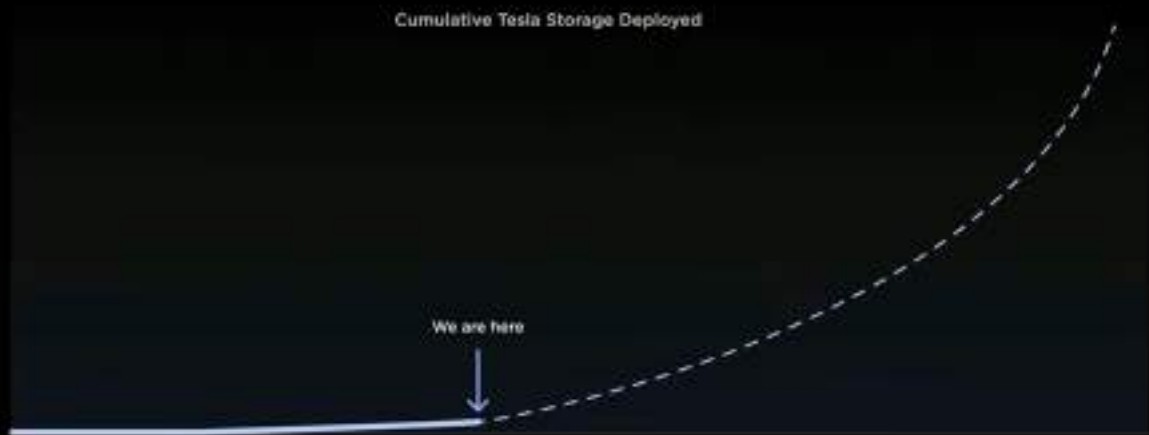


Gigafactory Mexico

MAXIMUM 11,000 MILES PER YEAR VEHICLE



This Is Just the Beginning



Focus on Building Capacity & Ramping Fast

Tesla Is an Electricity Retailer

TESLA LIVE

A Sustainable Energy Economy Is Within Reach & We Should Accelerate It



TESLA LIVE

HOW THE MASTER PLAN WORKS

See also page 10

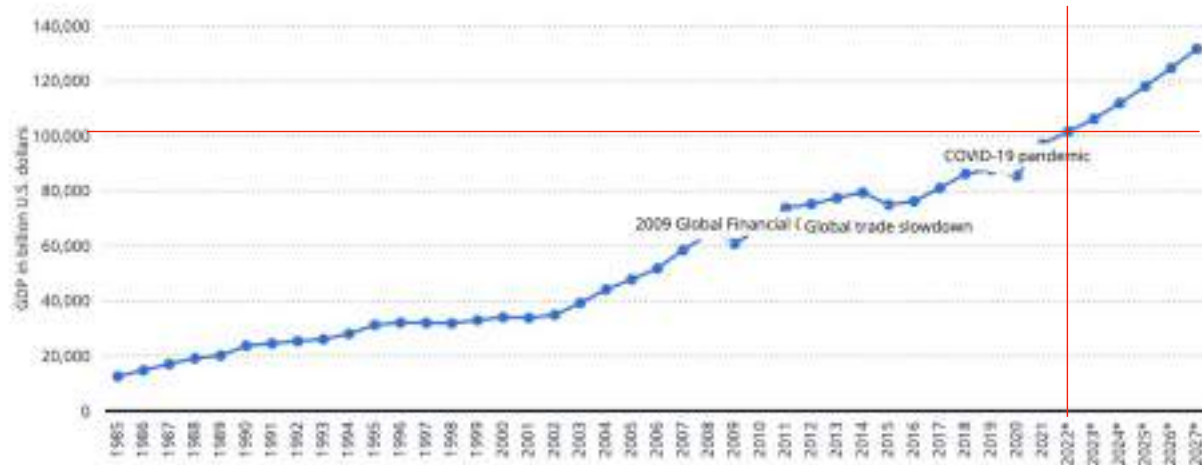
Renewable
Power

Manufacturing Investment

The Energy Required

Land Area
Required2022
World GDP

Insurmountable Resource Challenges



bioRxiv preprint doi: <https://doi.org/10.1101/2021.05.11.439411>; this version posted May 11, 2021. The copyright holder for this preprint (which was not certified by peer review) is the author/funder, who has granted bioRxiv a license to display the preprint in perpetuity. It is made available under aCC-BY-NC-ND 4.0 International license.

The Plan To Eliminate Fossil Fuels

Reduction in
Fossil Fuel Use

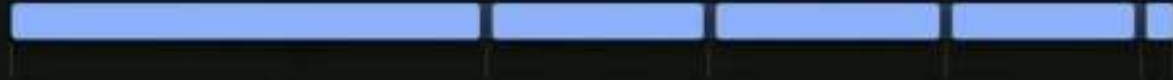
35%

21%

22%

17%

5%



Displaced
Fossil Fuels

Renewably Power
The Existing Grid

46 PWh/yr

Switch to
Electric Vehicles

28 PWh/yr

Switch to
Heat Pumps

23 PWh/yr

High Temp Heat
Delivery & Hydrogen

22 PWh/yr

Sustainably Fuel
Planes & Boats

7 PWh/yr

THE PLAN

STARLINK PREMIUM



SWARM

THANK YOU FOR YOUR INTEREST IN ORDERING STARLINK!

Starlink Premium is not yet available in your area. Please check back for future availability in your area.

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

The Apple Store Empire

Total number of Apple Stores worldwide as of May 14, 2021



* Including Hong Kong and Macau

Source: Apple



Forbes statista

PLAN DIGITAL



PRÉREQUIS



3 piliers du digital
Persona + EmpathyMap + ICP
Parcours client + point de contact
UX et NPS
Proto + Value Proposition
Content calendar, target, channel
Budget
AAARRR + sales funnel



SOMMAIRE



VOC
Persona
Empathy Map
ICP
Pain Point
Insights

Parcours client
Point de contact
UX
Channel Audit
Omni Channels
MCA

Prototypage
MVP
Value proposition

Content Calendar
by audience
by channel
Budget
CAC

AAARRR
Sales Funnel
LTV
TAM SAM SOM
IS & BP

01. 02. 03. 04. 05.

DIGITAL PLAN TLDR ES EXECUTIVE SUMMARY



ES Executive Summary

1ère page 1300 caractères

modèle PAPER1

Suite du dossier *selon modèle
présentation*

Oral tiré au sort pour l'abstract

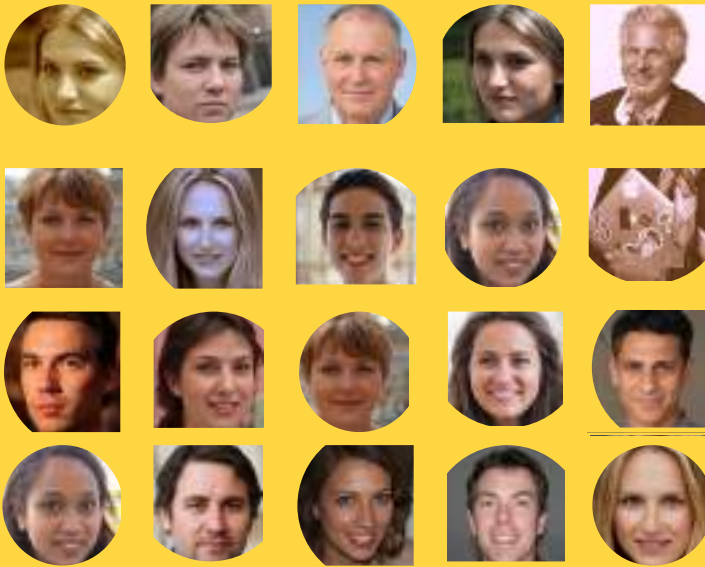


TLDR

VOC
Persona
Empathy Map
ICP
Pain Points
Insights

01.





PERSONA 20 max

	Client	Fournis	ASS	Inter
Surnom				
Age	-			+
Vit à				
Vit avec				
Enfant	-			+
JOB				
Education	-			+
CV				
Passionné par	-			+

Problèmes / Besoins / Attentes / Frustrations / Insatisfactions / Pain points / EPIC / USER STORY

Quel est le problème ?

Quelle est la frustration ?

Quels sont les besoins et attentes ?

Pourquoi n'est-il/elle pas satisfait des solutions existantes ?

...

Empathie map si besoin pour mieux comprendre le persona

☐ Facebook
 ☐ Messenger
 ☐ Instagram
 ☐ WhatsApp
 ☐ Email

☐ Pinterest
 ☐ TikTok
 ☐ YouTube
 ☐ LinkedIn
 ☐ Telegram

☐ Spotify
 ☐ Twitch
 ☐ Snapchat
 ☐ Tumblr
 ☐ Discord

☐ Nextdoor
 ☐ Meetup
 ☐ SoundCloud
 ☐ DeviantArt
 ☐ Goodreads

☐ Google
 ☐ Twitter
 ☐ SoundCloud
 ☐ Be
 ☐ VMA

Jean-Luc



CITATION

« J'ai un beau métier, mais mes priorités sont ailleurs. Mon employeur n'est pas mon seul centre d'intérêt »

BIO

Jean Luc 36 ans est pilote de ligne depuis 3 ans dans une compagnie low cost européenne. Il trouve que sa vie manque de sens, de variété et d'originalité.

Nom Jean-Luc
Age 36
Vie à Paris
Avec Jeanne
Sans enfant
Education Supérieure (ingénieur école promo ...)
CV pilote entreprise 1
Pilote entreprise 2
Passionné d'aviation et de modèle réduits
Passionné de races de chiens et de voyages en Asie

EPIC / USER STORY / PAIN POINT / PROBLÈME

Quel est le problème de Jean-Luc ?

Quelle est la frustration de Jean-Luc ?

Quels sont les besoins et attentes de Jean-Luc ?

Pourquoi n'est-il pas satisfait des solutions existantes ?

...

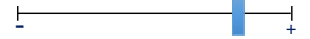
...

...

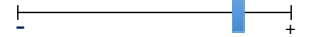
...

Empathie map si besoin pour mieux comprendre le persona

Revenus



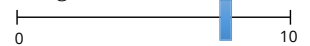
Ville



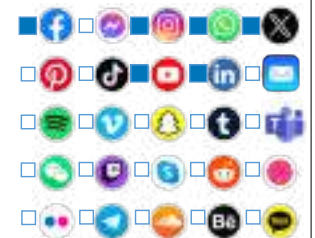
Fréquences



Usage mobile



Know How



Client Fournis ASS Inter



this
person
doesn't
exist
.com

Surnom
Age
Vit à
Vit avec
Enfant
JOB
Education

CV

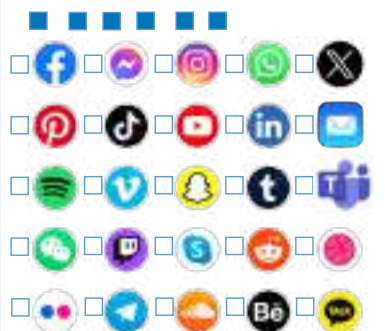
Passionné par

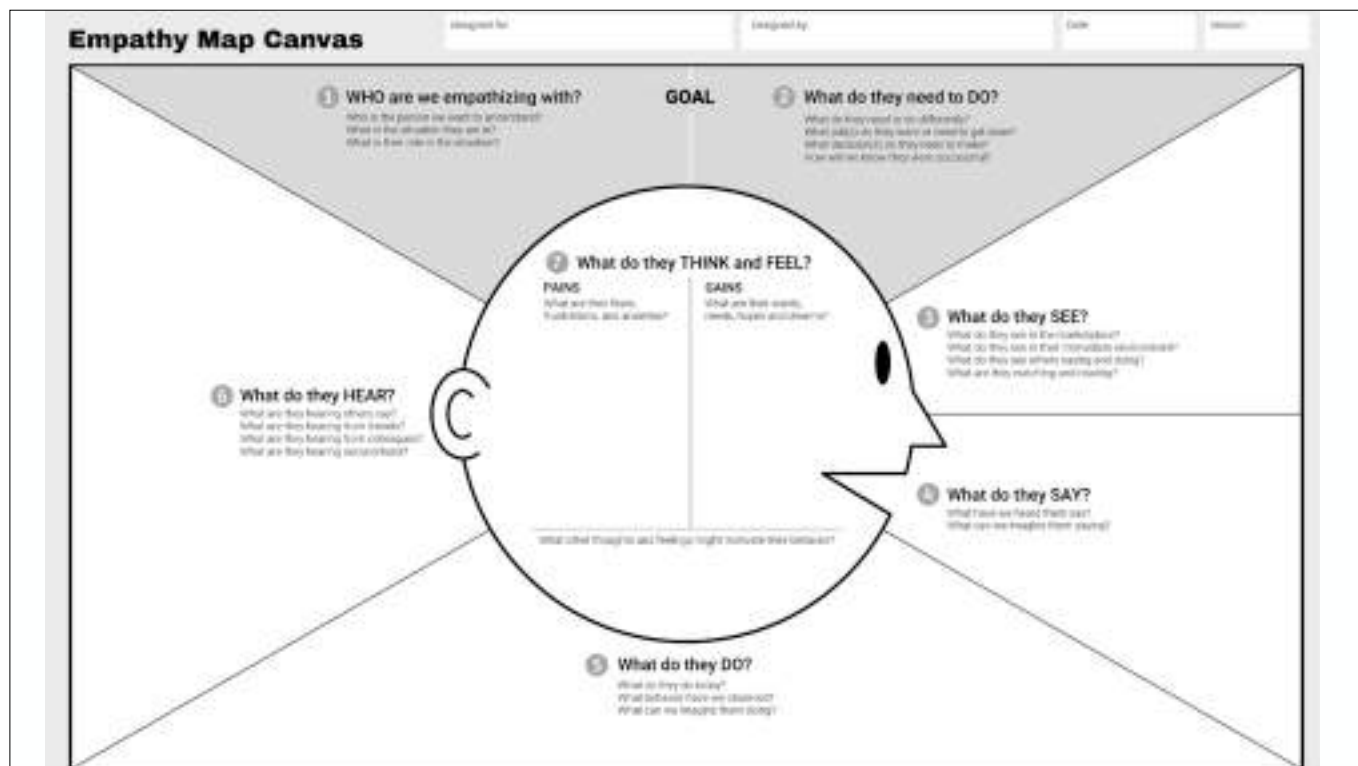
Problèmes / Besoins / Attentes / Frustrations /
Insatisfactions / Pain points / EPIC / USER STORY
Quel est le problème ?
Quelle est la frustration ?
Quels sont les besoins et attentes ?
Pourquoi n'est-il/elle pas satisfait des solutions
existantes ?

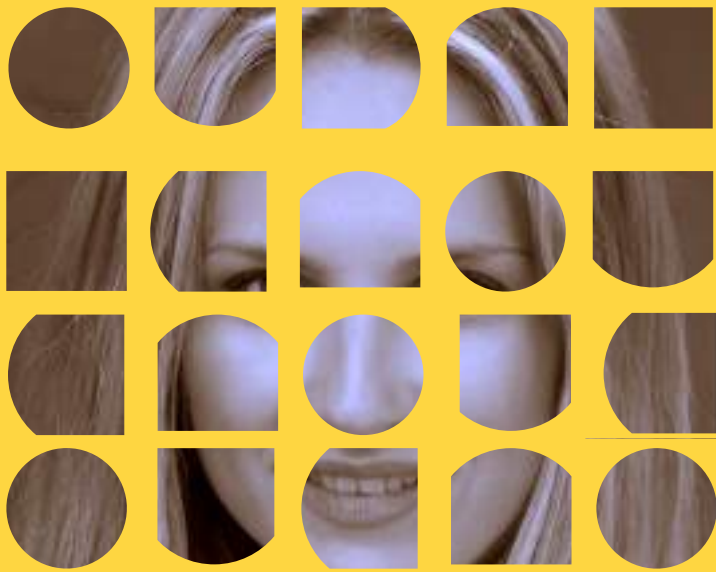
...

...

Empathie map si besoin pour mieux comprendre le persona







PERSONA
ICP
ideal customer profil

Question :
qui sont les
utilisateurs ?

**Keeping an
empty chair
so the
customer is
always in the
room**



CHAIR → VOICE : VOC (voice of the customer)

VOC

V

I

R

G

I

N

I

E

ICP ☒ ABM ☐
☒ ☐



« Je n'aime pas faire de vagues ou gérer des conflits, le débat est la meilleure manière de progresser »

Très belle progression dans l'entreprise Virginie est DRH à 55 ans en commençant assistante il y a 32 ans.
Appréciée de toutes et tous elle privilégie les contacts en face à face

Virginie
55
Vit à Lyon (banlieue)
Vit avec son compagnon et ses 3 enfants
Enfant : 3
JOB : DRH
Education : BEP
CV : 2eme entreprise
Passionné par l'artisanat, la brocante

Virginie en tant que DRH d'une ETI, ne sais plus comment satisfaire les différentes générations de salariés qui ont des buts et attentes différentes

Virginie cherche une innovation a mettre à son actif dans l'entreprise, mais c'est dur dans les RH

Virginie n'aime pas son logiciel de SIRH mais elle n'a pas su influencer le choix par son manque de connaissance informatique

salaire - +

+

-

équilibre - +

+

-

informatique - +

+

-

digital - +

+

-

☒

☐

☐

☒

☐

☒

☐

☒

☒

☐

☐

☐

☐

☐

☐

☐

☐

☒

☐

☐

☐

☐

☐

☐

John



« QUOTE : happy
to be an
entrepreneur in

Description: funder of an IOT
company

9 employees

7 millions euros turnover

29 clients with 650 shops

Name

Age

Live With

Education

Resumé

Company 2012...2020

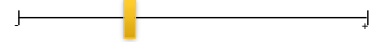
Products

PAIN POINTS

...

...

Revenues



Type of city



Frequency

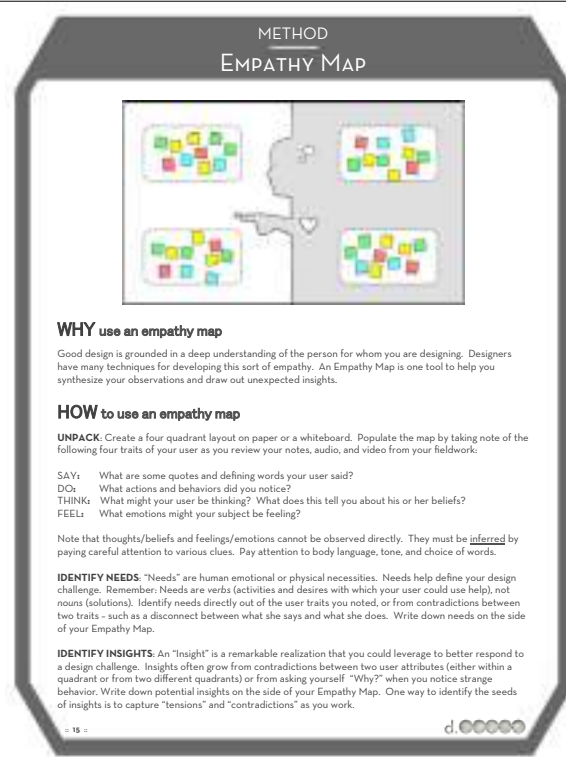
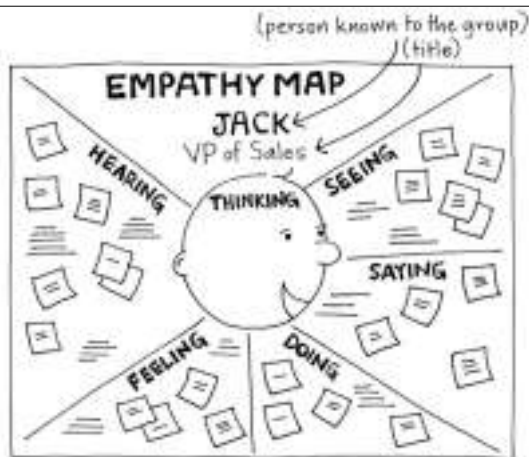


ÉCOLE DE LA FINANCE

10/04/2020

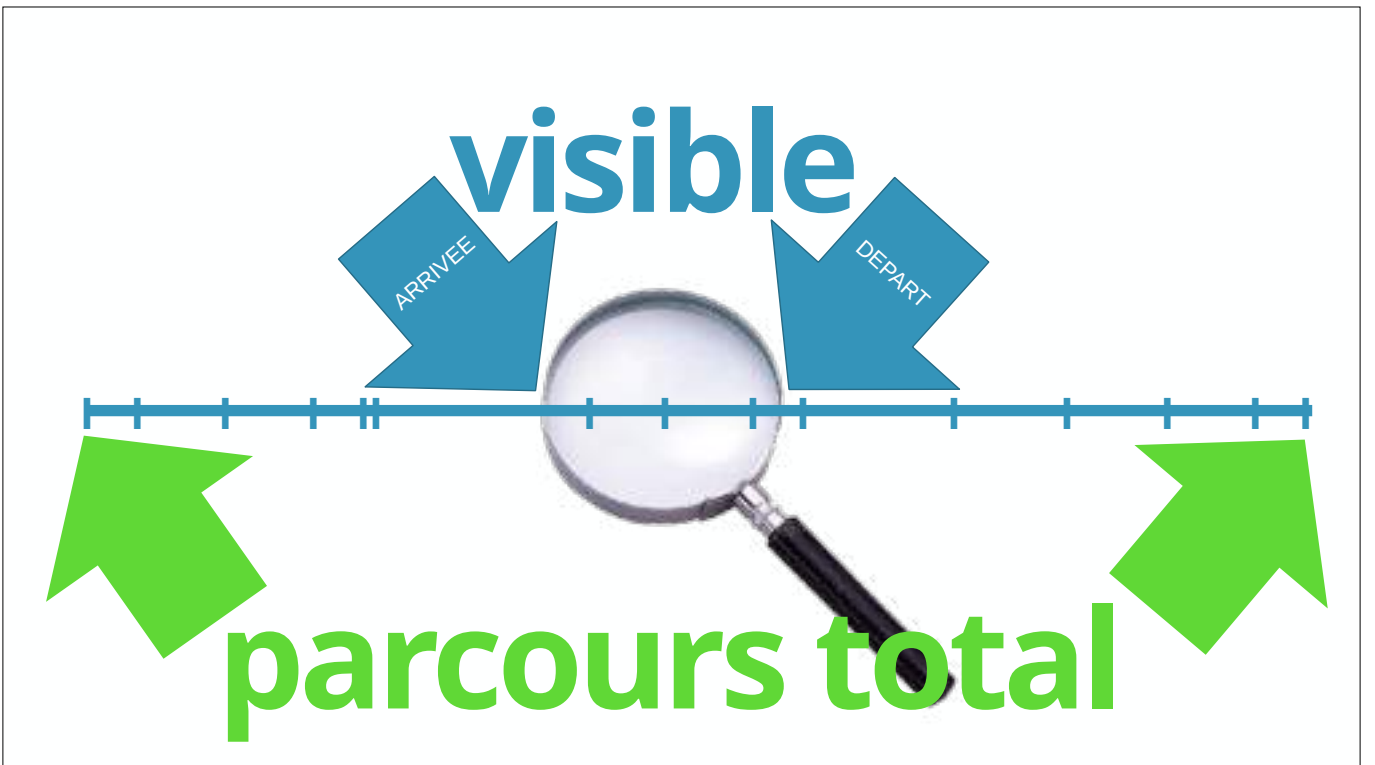
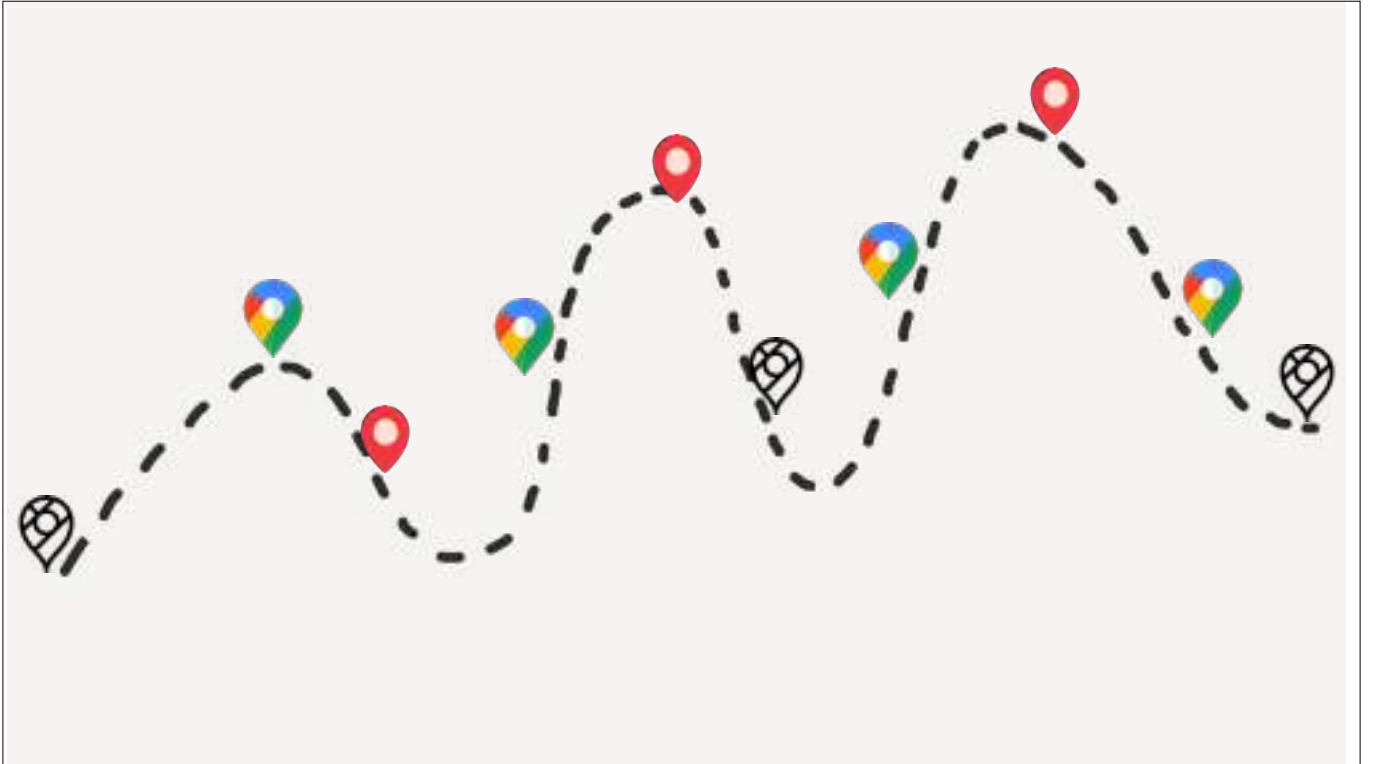
RENAULT INTERNAL

	Surnom Age Vit à Vit avec Enfant JOB Education	CV Passionné par	- + - + - + - +
	Problèmes / Besoins / Attentes / Frustrations / Insatisfactions / Pain points		



Parcours client
Point de contact
UX
Channel Audit
Omni Channels
MCA

02.



Premier touchpoint
2009



2eme
contact
2012



3eme
contact
2015



Achat
2018



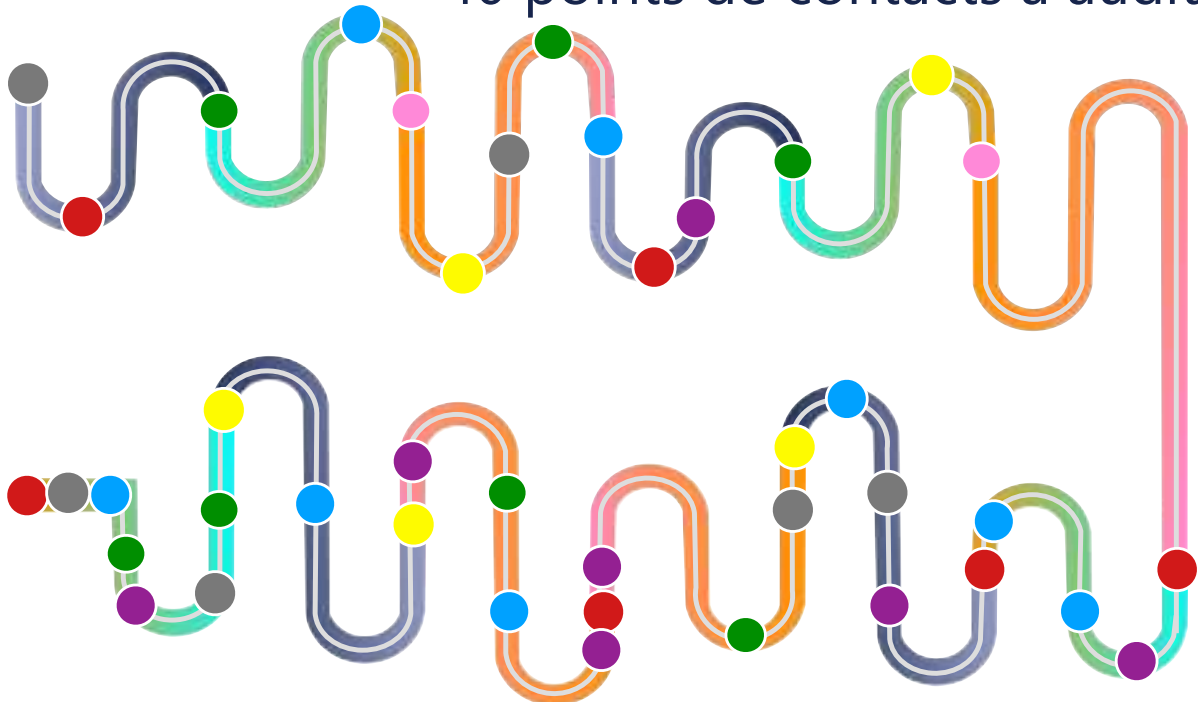
SAV
2020



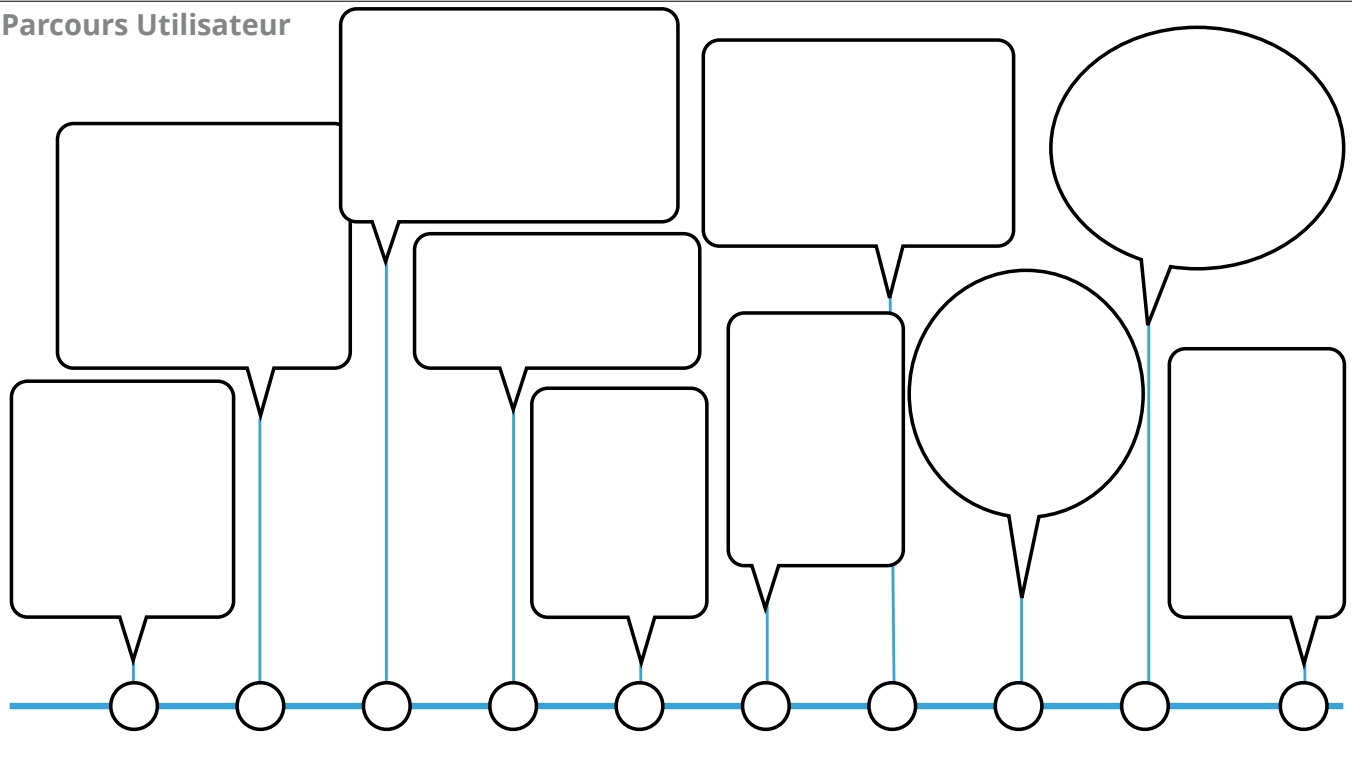
Recommande
2022



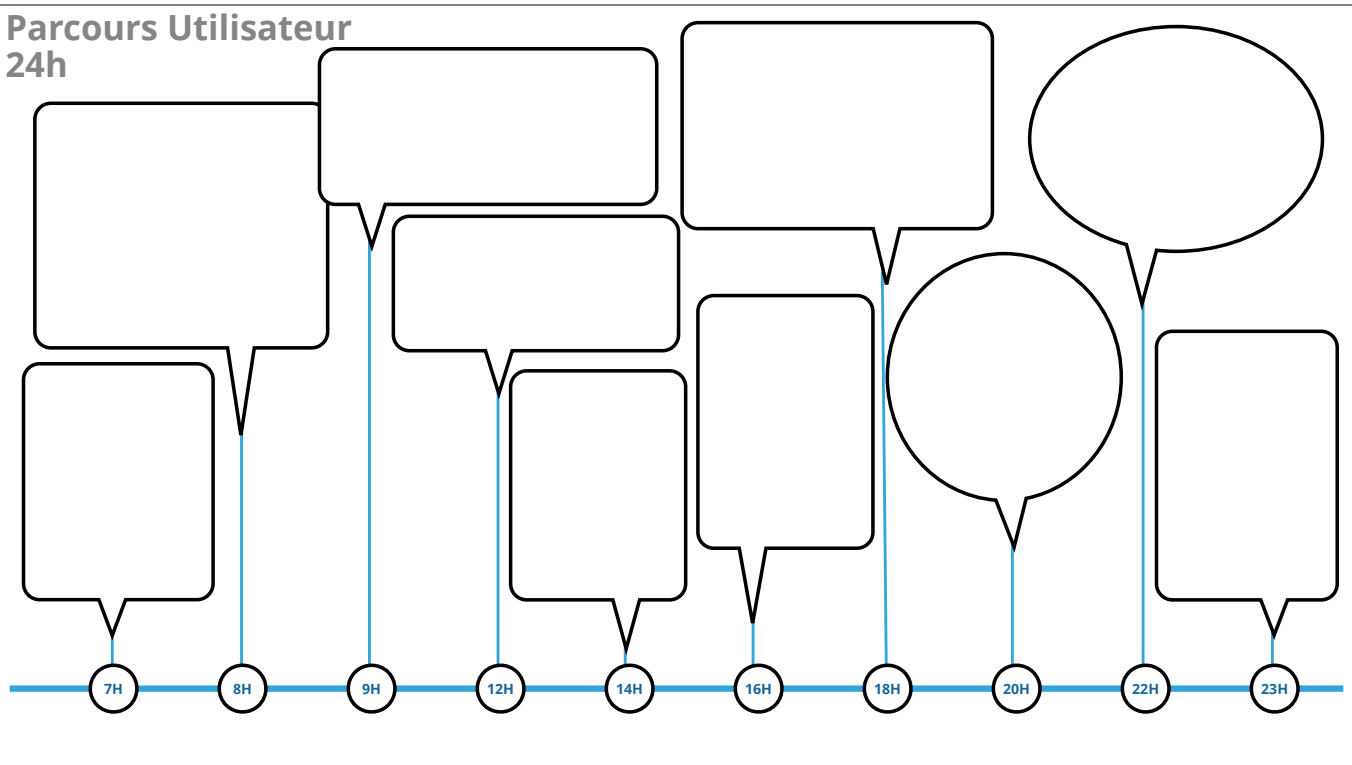
40 points de contacts à auditer



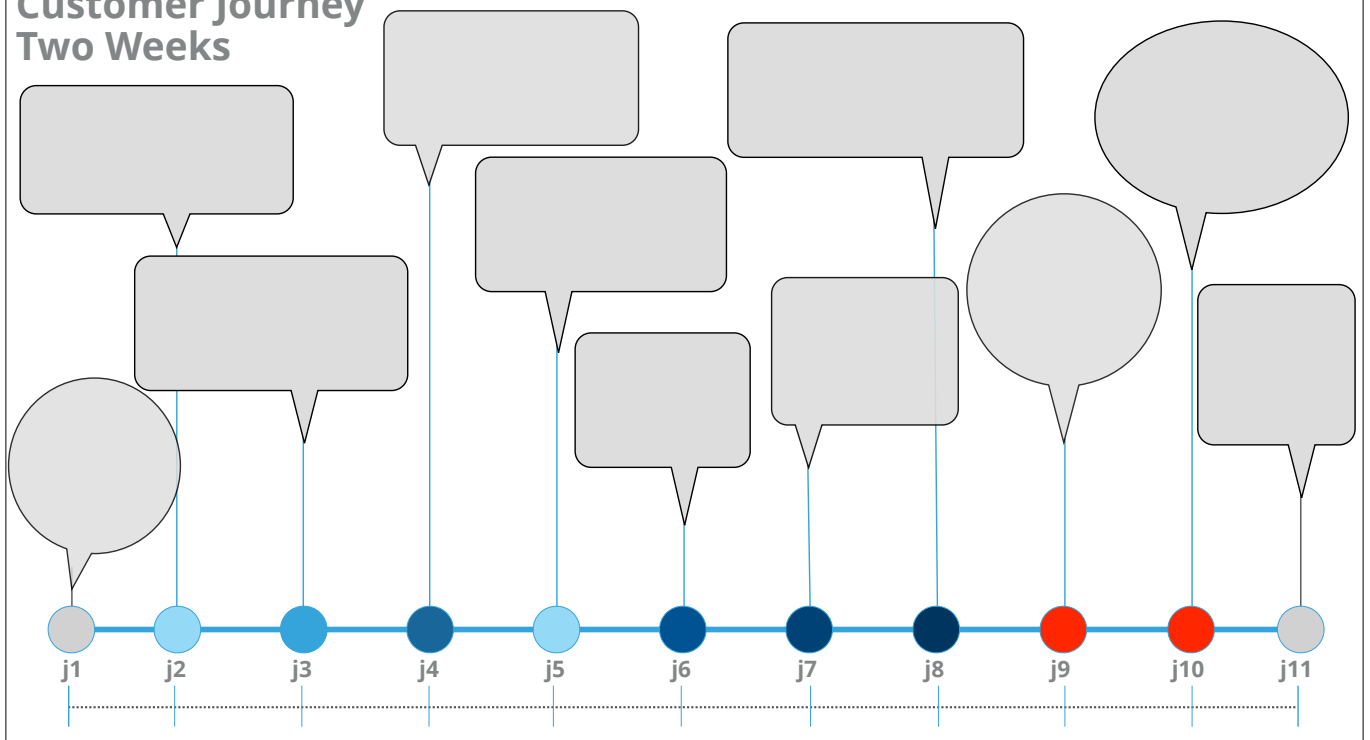
Parcours Utilisateur



Parcours Utilisateur
24h



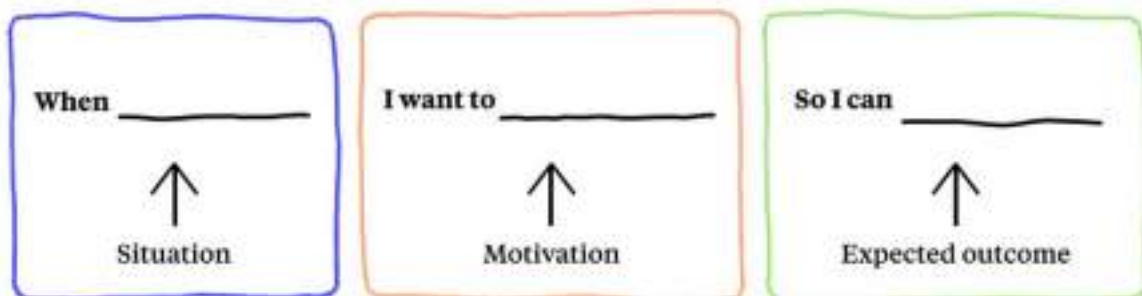
Customer Journey Two Weeks



JTBD

Jobs to Be Done

Hiring a product to complete a task



User Story + Epic

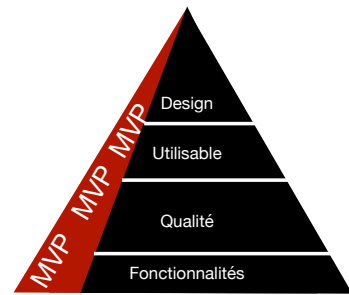


@kratiroff

Value proposition
Prototypage
MVP

03.

MVP



minimum viable product



FIGMA

Prototypage
Wireframing



Value
Proposition

Prototypage
Wireframing

Value
Proposition

Content Calendar
by audience
by channel
Budget
CAC

04.

I-want-to-**know**
moments:

A1:
A2:
A3:
A4:
A5:

Information

I-want-to-**go**
moments:

B1:
B2:
B3:
B4:
B5:

Direction
Hours

I-want-to-**do**
moments:

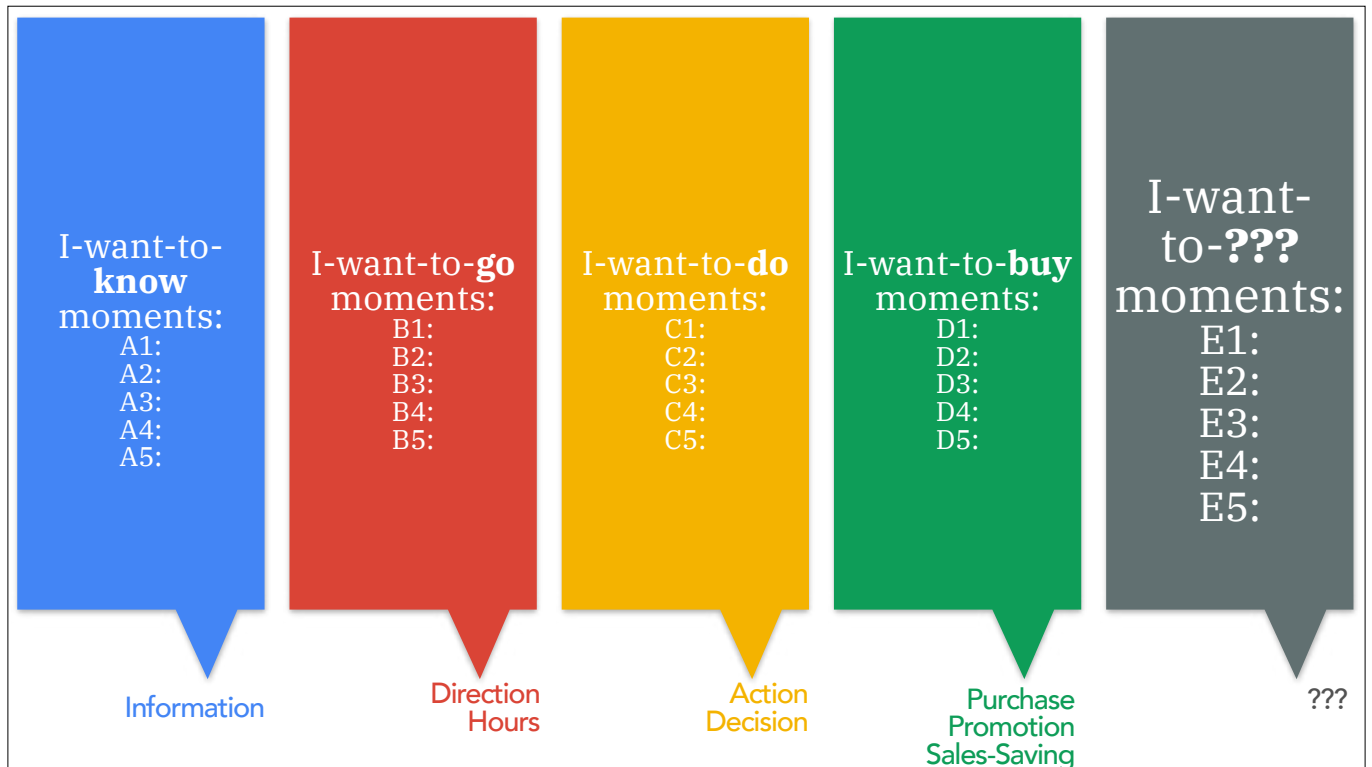
C1:
C2:
C3:
C4:
C5:

Action
Decision

I-want-to-**buy**
moments:

D1:
D2:
D3:
D4:
D5:

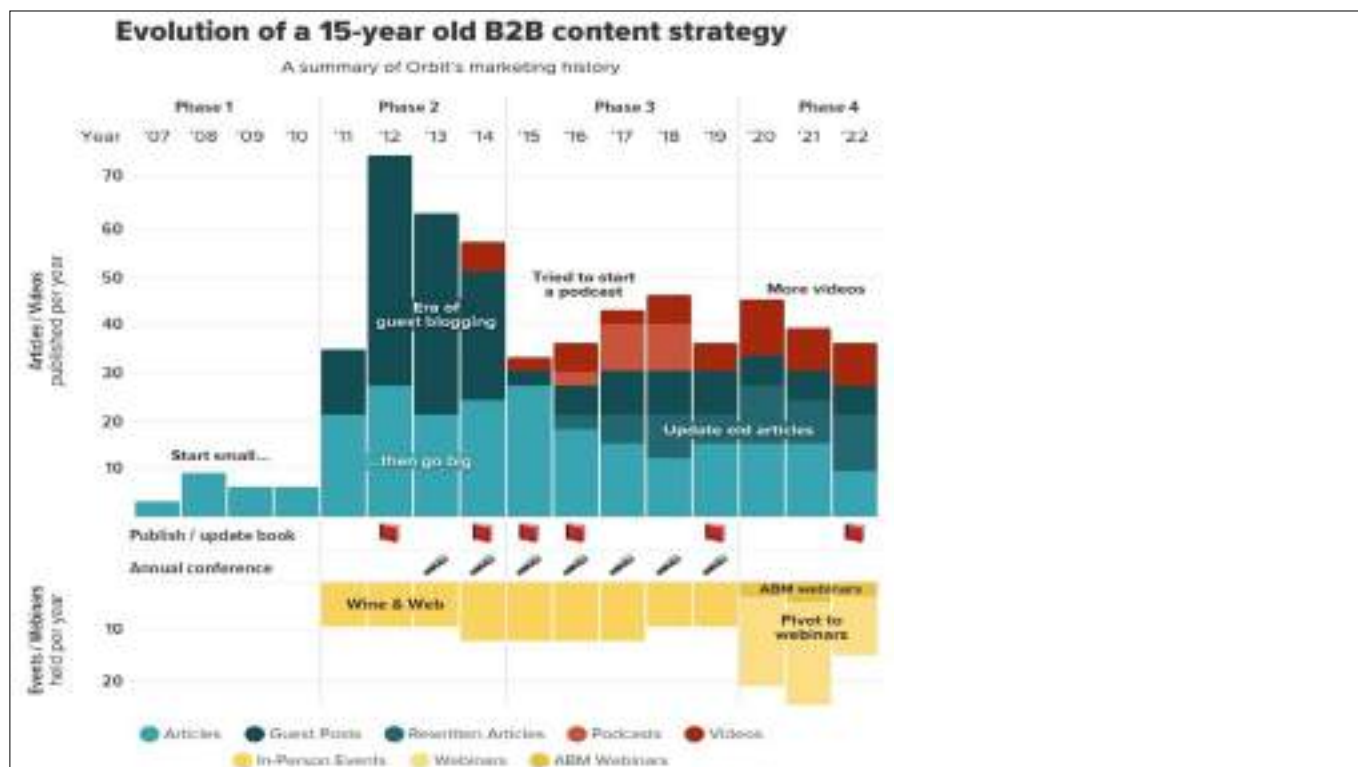
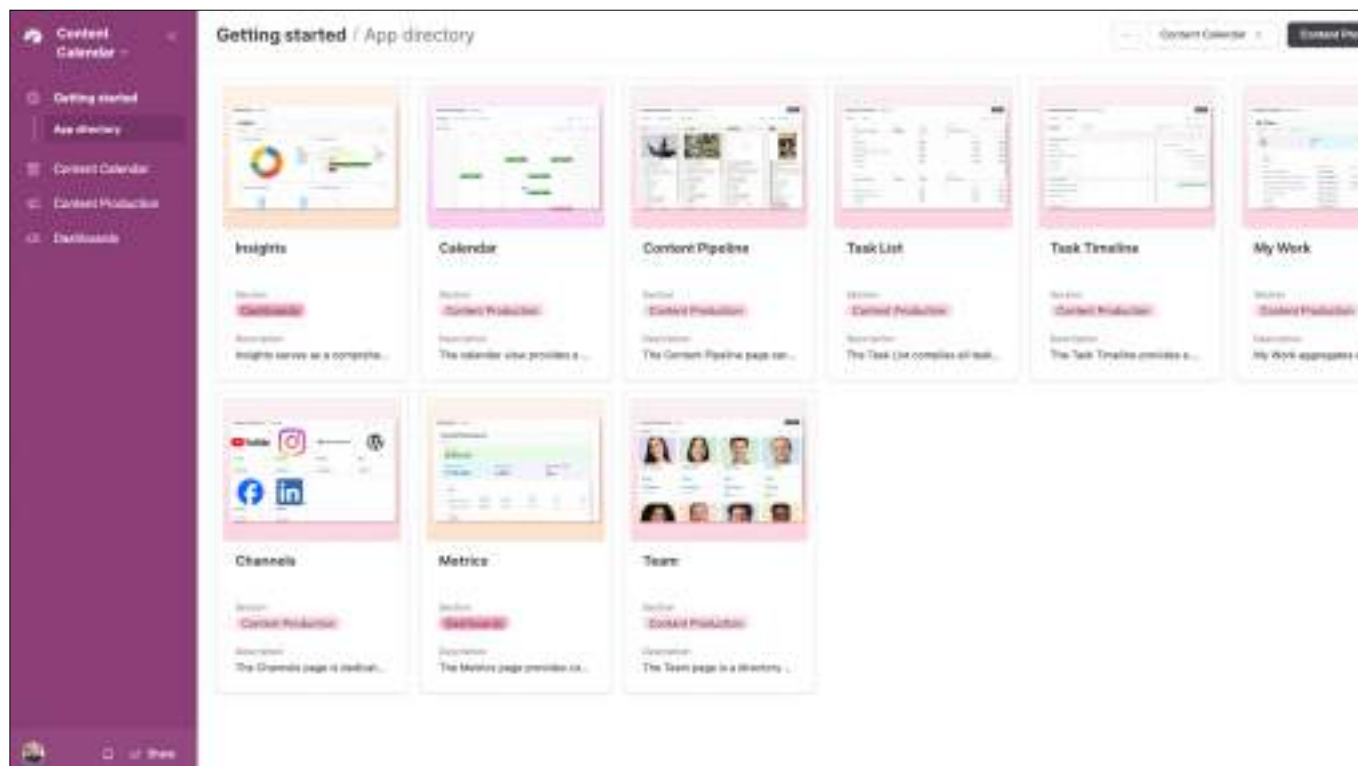
Purchase
Promotion
Sales-Saving



POESM

Paid Media
Owned Media
Earned Social
Shared Social
Managed Marketing





LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENREDI	SAMEDI	DIMANCHE
01	02 Journée Mondiale de l'Environnement	03	04 Journée Mondiale de l'Environnement	05	06 Fête de l'Environnement Internationale	
07	08 Journée Mondiale de l'Environnement	09 Journée Mondiale de l'Environnement	10	11	12 Journée Mondiale de l'Environnement	13 Journée Mondiale de l'Environnement
14	15 Journée Mondiale de l'Environnement	16	17 Journée Mondiale de l'Environnement	18	19 Journée de l'Environnement	20
21	22 Journée de l'Environnement	23	24 Journée de l'Environnement	25	26	27
28	29	30	31 Journée de l'Environnement			

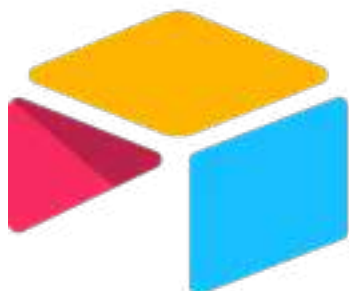
LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENREDI	SAMEDI	DIMANCHE
01	02	03	04	05 Journée Mondiale de l'Environnement	06 Journée Mondiale de l'Environnement	07 Journée Mondiale de l'Environnement
08	09 Journée Mondiale de l'Environnement	10 Journée Mondiale de l'Environnement	11	12	13 Journée Mondiale de l'Environnement	14 Journée Mondiale de l'Environnement
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

PLANNING BRAND CONTENT

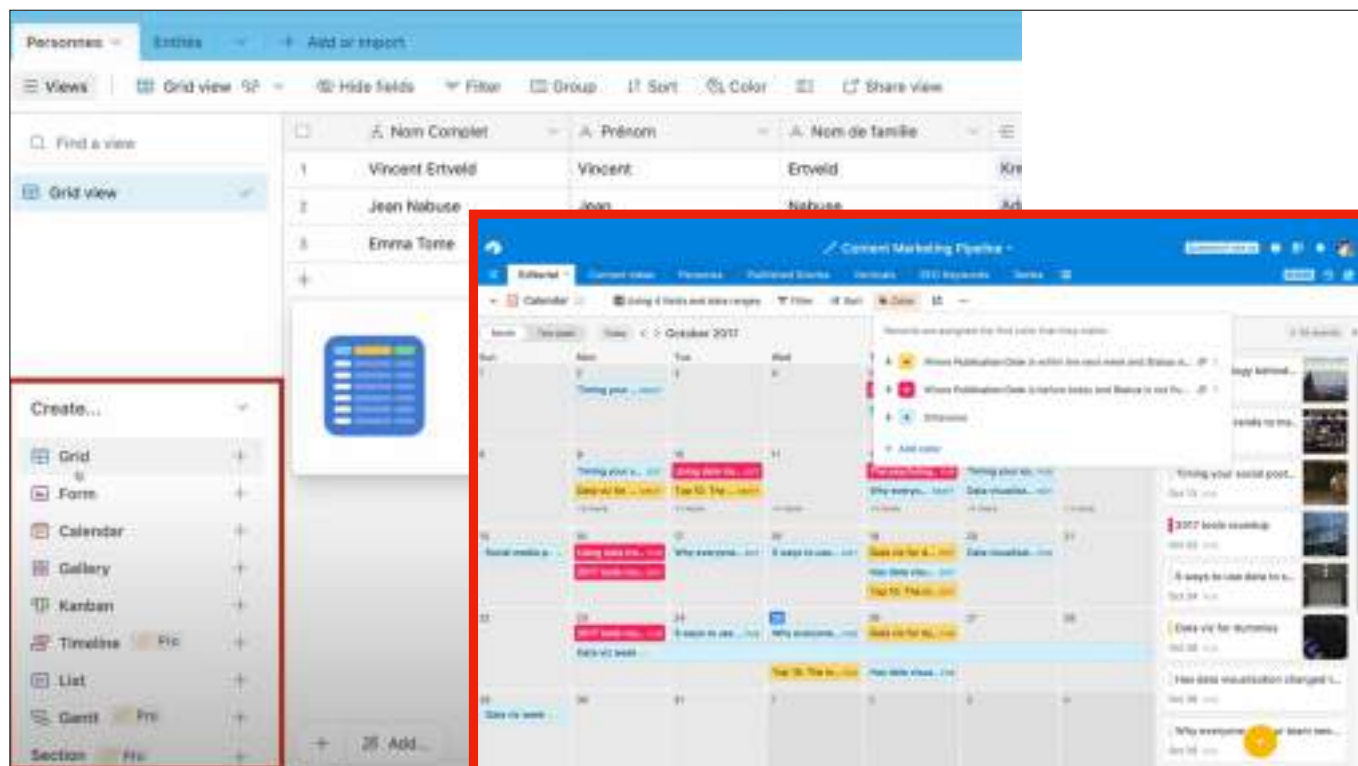
[illegible]

Préserver la liste des Contenus Digitaux par :

- date dans un calendrier
- persona dans une gallery
- produit dans une autre gallery
- producteur dans une liste
- état d'achèvement dans un Kanban
- thème dans une autre liste



Airtable



AAARRR
Sales Funnel
LTV
TAM SAM SOM
IS & BP

05.

01
10
01
10
01
10

SALES FUNNEL



AAARRRR

TUNNEL FUNNEL ENTONNOIR PIPELINE

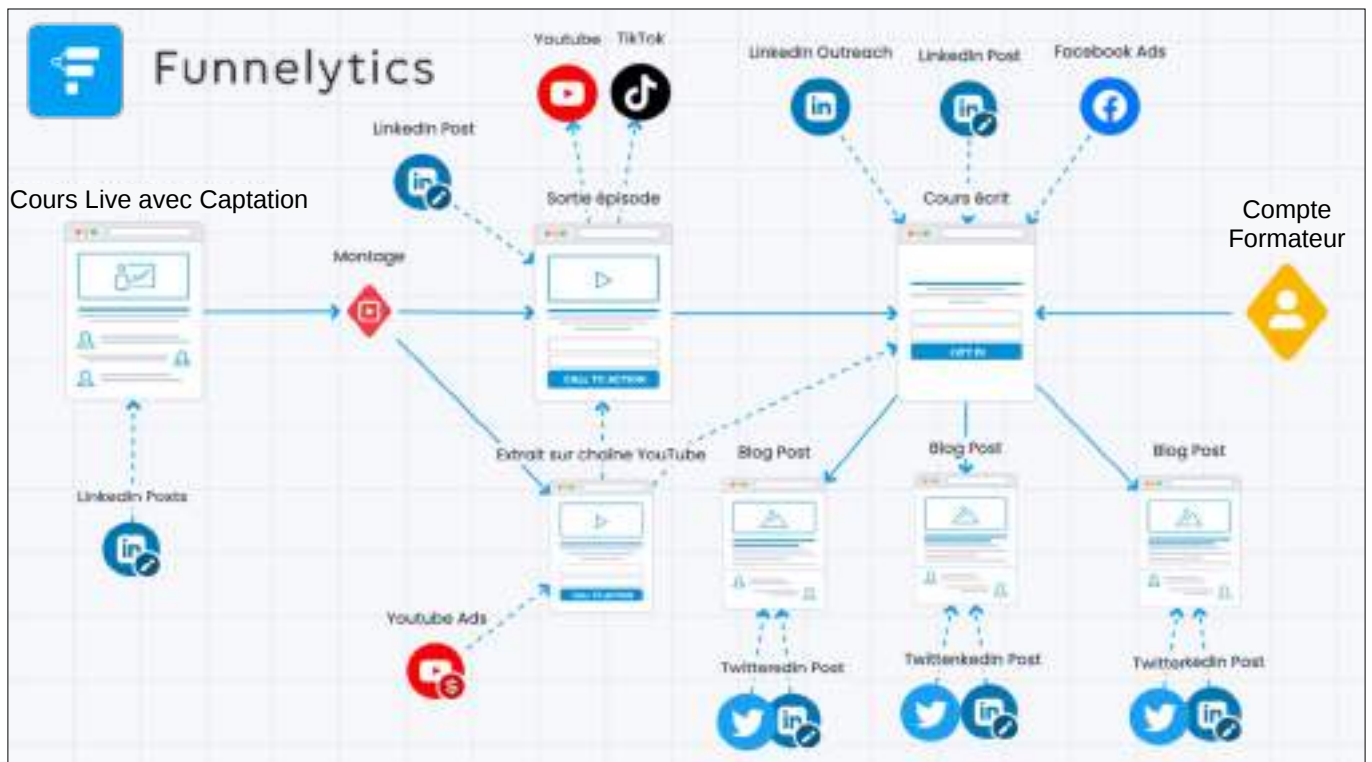


Lead Nurturing

Awareness - Acquisition - Activation
Retention - Revenue - Referral



Principle.





Business plan / Income Statement	Periode 1	Periode 2	Periode 3
Chiffre d'affaires / Ventes / Revenu / Net sales			
Coût de production / Coût des marchandises / Négoce Achat / Prix de revient / Cost of Sales			
Marge Brute / Marge commerciale / Gross Profit			
Frais de commercialisation et R&D/ selling operating expenses - R&D			
Frais généraux / Charges d'exploitation / Dépenses administrative / General Expenses			
Marge-Bénéfice d'exploitation / Operating income / EBITDA			
Frais financier / interest expense			
Provision et Taxes / Provision and income taxes			
Bénéfice Net courant / Net income			

Atelier Workshop Use-Case



 Market
potential

KUEHNE+NAGEL 



THIS PAGE IS INTENTIONALLY LEFT BLANK



CONCLUSION

Health-Tech 2025

**N
INNOVATION
W**

fail fast

plus tard c'est trop tard



NBIC

Le futur est déjà là ; mais il
n'est simplement pas réparti
équitablement



William Ford Gibson (1948-) cyberspace noir prophet

“

J'aime dire que la
transformation
digitale est finie.

”

AurélieJean
LP CEO et Fondatrice
In Silico Veritas, LLC



“

Le meilleur moment pour planter
un arbre était il y a 20 ans ;
le deuxième meilleur moment
est maintenant

”

proverbe

ALAN KAY



the best way to
predict the future
is to invent it



1999



2010

2019



2021



2023

techno push
vs.
market pull



KN ACADEMY

Transformation digitale avec Hubert KRATIROFF



em
lyon
business
school



https://emlyonbs.qualtrics.com/jfe/form/SV_ebxacMY7JdWKuns

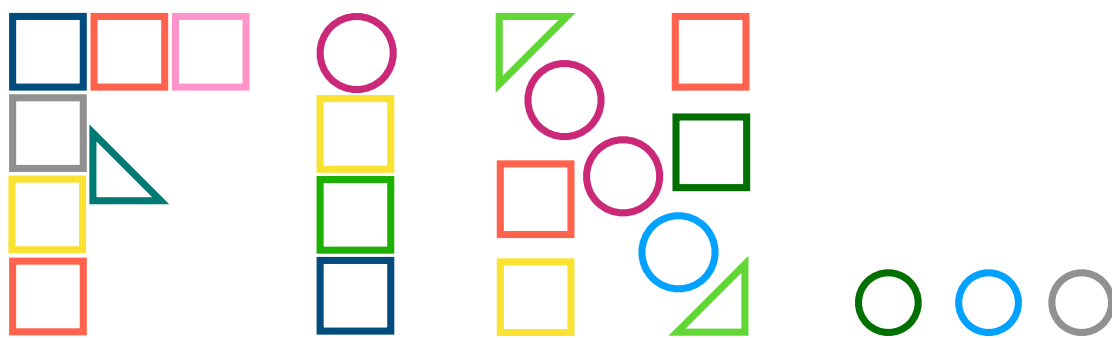
Toutes les bonnes notes sont acceptées !



Merci



em
lyon
business
school



THIS PAGE IS INTENTIONALLY LEFT BLANK