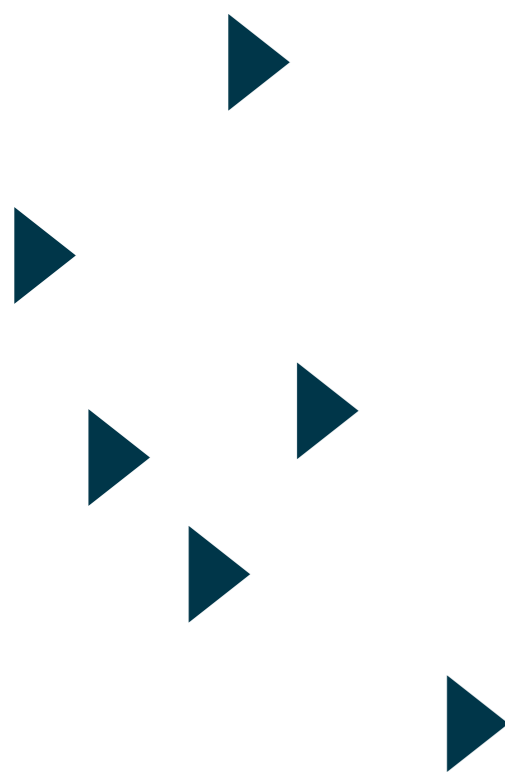




**S
H
N**



EXPLORE BEYOND HORIZONS

EXPLORE
BEYOND
HORIZONS

MKTG

ALL YOU NEED IS
DIGITAL COMMUNICATION

**S
H
N**



1 New Marketing (UX)

2

3

4

5

6

7

8

9-10

S
H
N

MARKETING

FINES

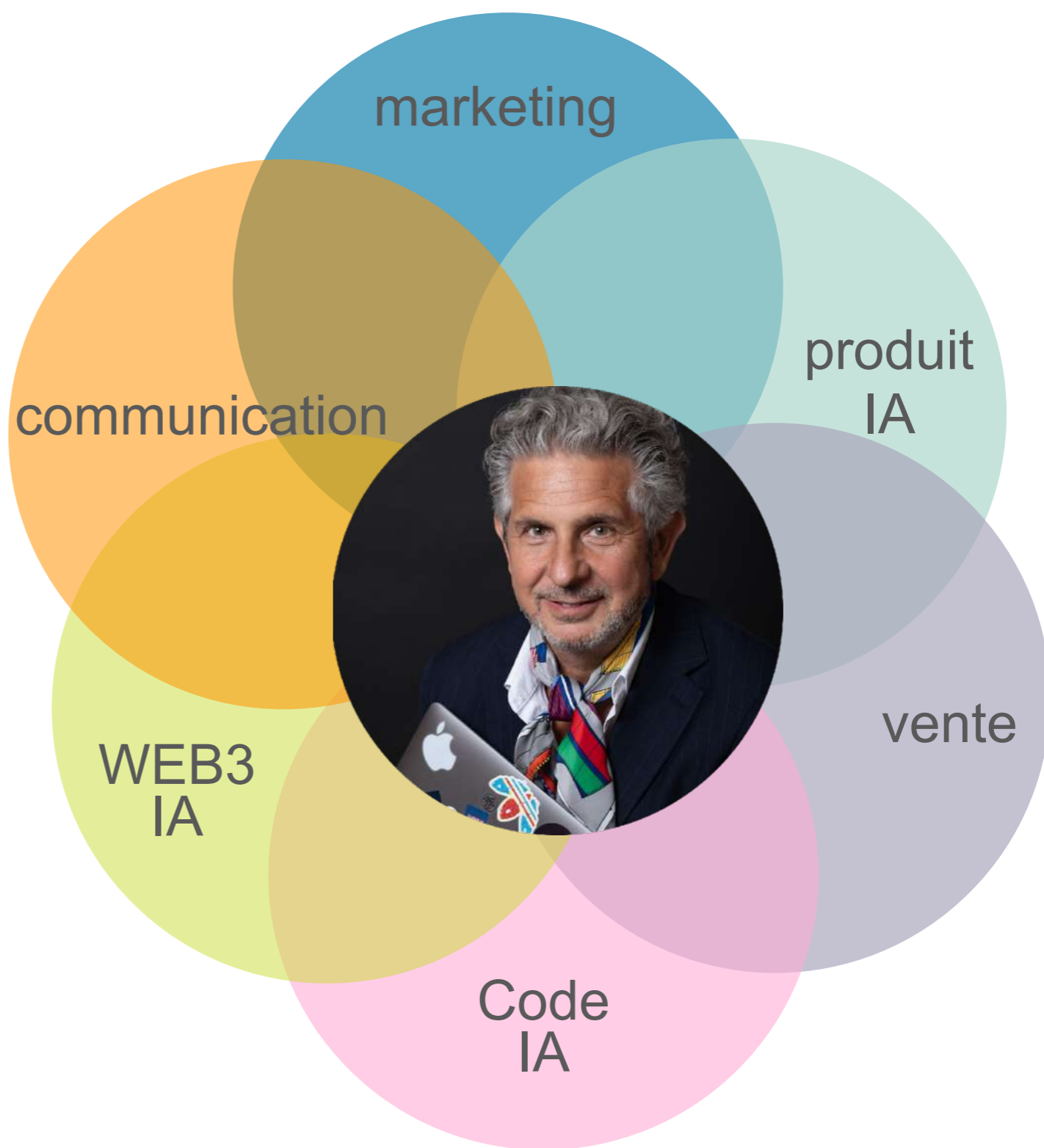
S O C I A L

M E D I A

NEWS

technology evangelist

hubert@kratiroff.com





technology evangelist

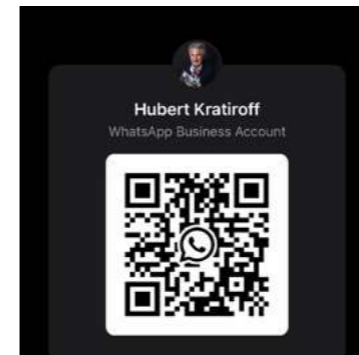


full stack marketer


digital enthusiast

professeur d'économie numérique

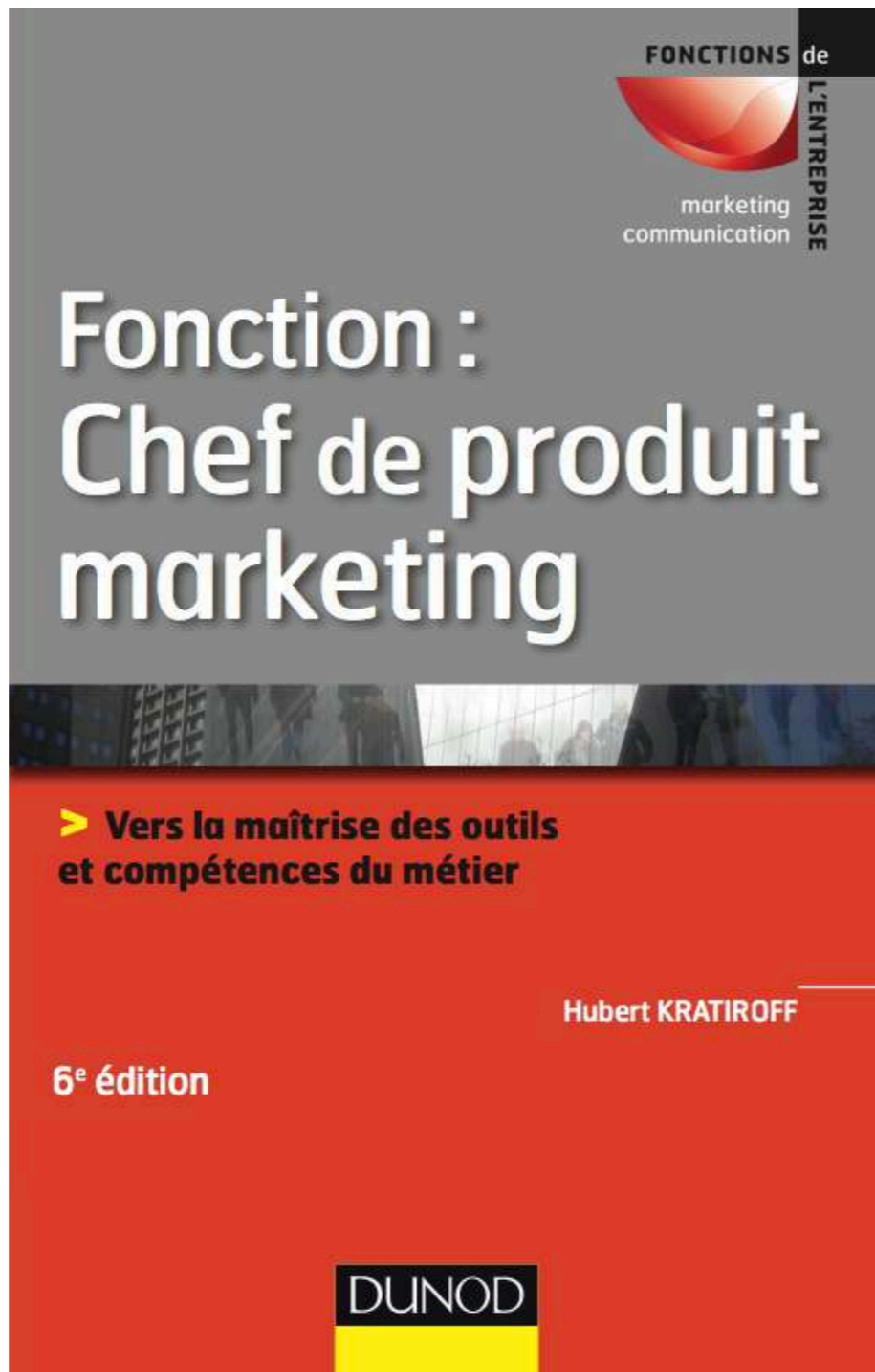
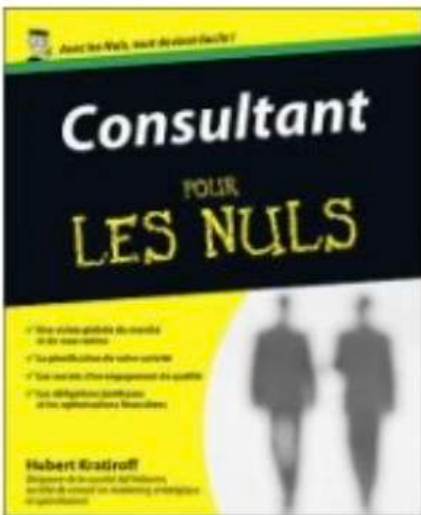
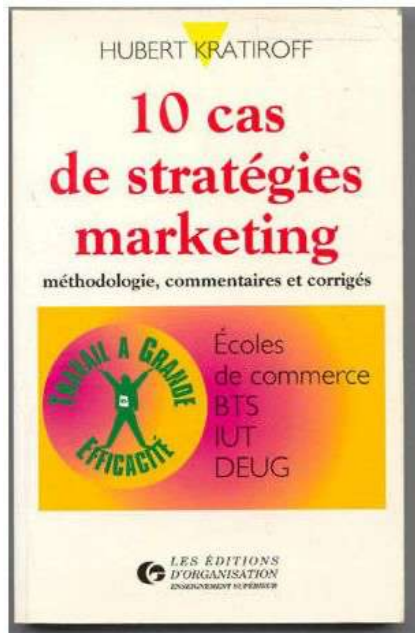
everyday writing, coding & programming



 hubert@kratiroff.com

 @kratiroff

 [linkedin.com/in/kratiroff](https://www.linkedin.com/in/kratiroff)



FOUNDA

**Software is
eating the world**

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 platformisation 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.

Jensen Huang (nVIDIA) dit maintenant:

«**AI is eating software**»

transformations

DIGITALES

NBIC - NAT - IA





Transformations Digitales

TRANSITION - PRODUIT - OFFRE - PROPOSITION

TRANSITION - MARKETING - COM - PROCESS



Produit - Service - Offre

IA - Innovation - Numérique -NBIC - NAT
Value Proposition - Fabrication
Product management - Technologie



Durabilité - Empreinte CO2

Frugalité - Responsabilité
Écosystème - Smart Grid - RSE - CSRD



UX - CX

Expérience fluide - Personnalisation
Omnicanalité - La voix du client (VOC)



Méthodes - Marketing

Outils numériques - Agilité - Scrum
Digital Marketing - Communication digitale
R&D



Transformations Digitales
MARKETING - PROCESS - RH
Management - Supply - FINANCE



TRANSITION Produit - Service - Offre

Innovation - Numérique - NBIC - IA
Value Proposition + Supply + Tracking
Product management - Fabrication



Durabilité - Empreinte CO2

Frugalité - Nouvelles énergies
Écosystème - Déchet - H2 - Pompe à Chaleur
RSE - CSRD - ESG



EX

Expérience fluide d'onboarding
Remote Télétravail
Omnicanalité



TRANSITION Méthodes - Process

Outils numériques & Agilité
Management - Travail - RH
Finance & Supply Chain
Management - Travail



We don't have TIME for Business As Usual

Palmer Luckey

ex Oculus and now ANDURIL



@kratiroff

UX



UX
CX
EX

SX

k ∞ QI x t x At



UX

physique

web

mobile

sociale

metavers

face à face
téléphone

web1 2

web3

in APP

push

réseaux sociaux

réseau spé

metavers *marque*

meta gén



UX vs. CX

UX > CX

***En nombre : plus de users
que de clients***

CX > UX

***En qualité / plus de
contacts avec les clients***

UX → *UE*

user engagement

Blind Test

Blind Test

Menu Rechercher **HERMÈS** PARIS Compte Panier



PAPRIKA BRASIL EAU DE TOILETTE

230 € (230 €/100ml)

Paprika Brasil, c'est le pouvoir ravageur du paprika et du bois de brésil, adouci par l'iris.

Contenance: 100 ml

Ajouter au panier



Google

pnl au dd

AI Images Videos News Maps More

About 3,030,000 results (0.45 seconds)

Tip: Search for **English** results only. You can specify your search language in Pr

Au DD

Titre de PNL

Paroles

AU DD

J'la passe, la cétaille, la pé-cou, la vi-sser, des regrets devant ton bébé
 J'sors de chez toi, j'reprends ta voiture mal garée puis j' retire ton PV
 J'recherche un billet, des affaires, des plans dans la planque, un peu trop peiné..

Source : Musixmatch

Menu Rechercher **HERMÈS** PARIS Compte Panier



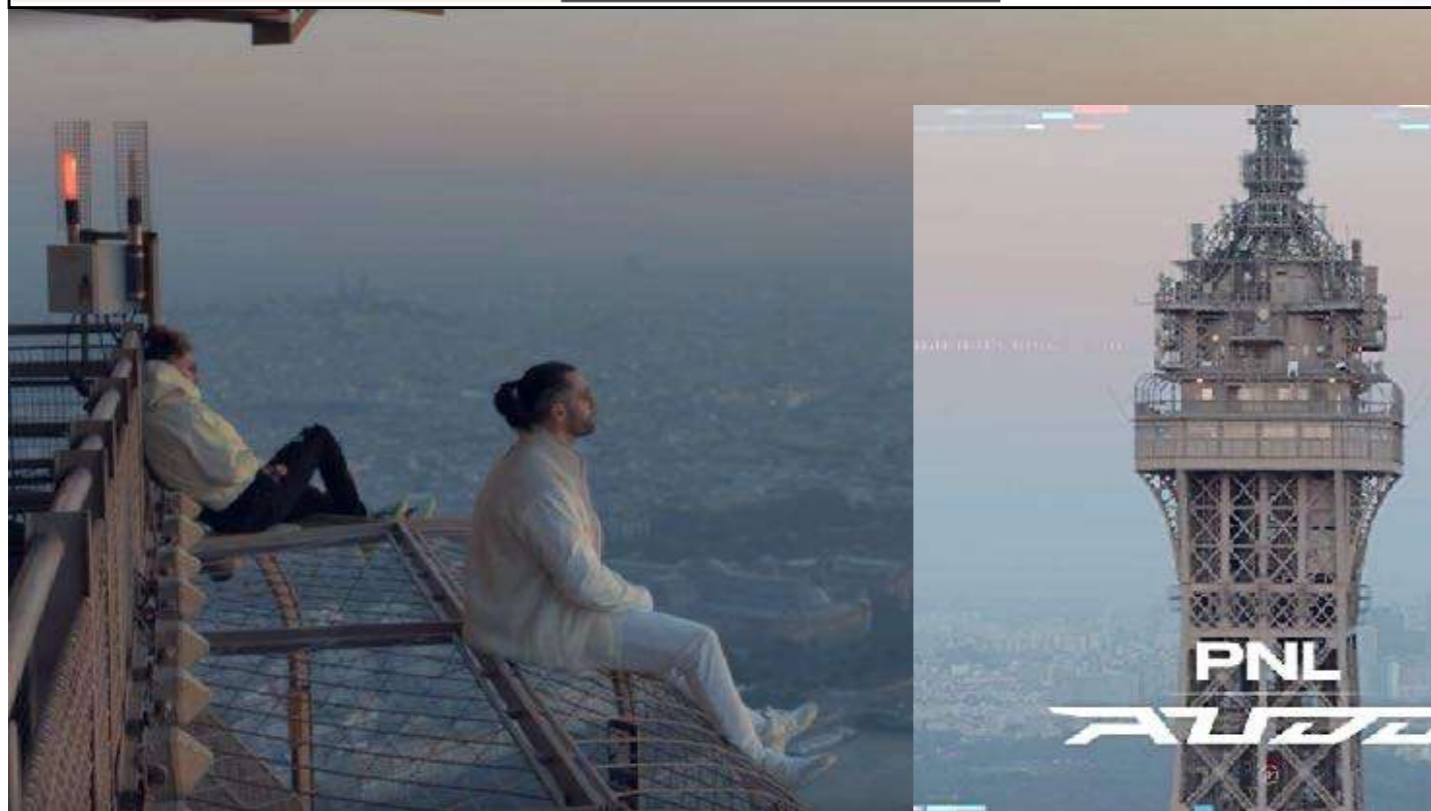
PAPRIKA BRASIL EAU DE TOILETTE

230 € (230 €/100ml)

Paprika Brasil, c'est le pouvoir
vagabond du paprika et du bois de
brésil, adouci par l'iris.

Contenance: 100 ml

Ajouter au panier



Google

pnl au dd

All Images Videos News Maps More

About 3,030,000 results (0.45 seconds)

Tip: Search for **English** results only. You can specify your search language in Pr

Au DD

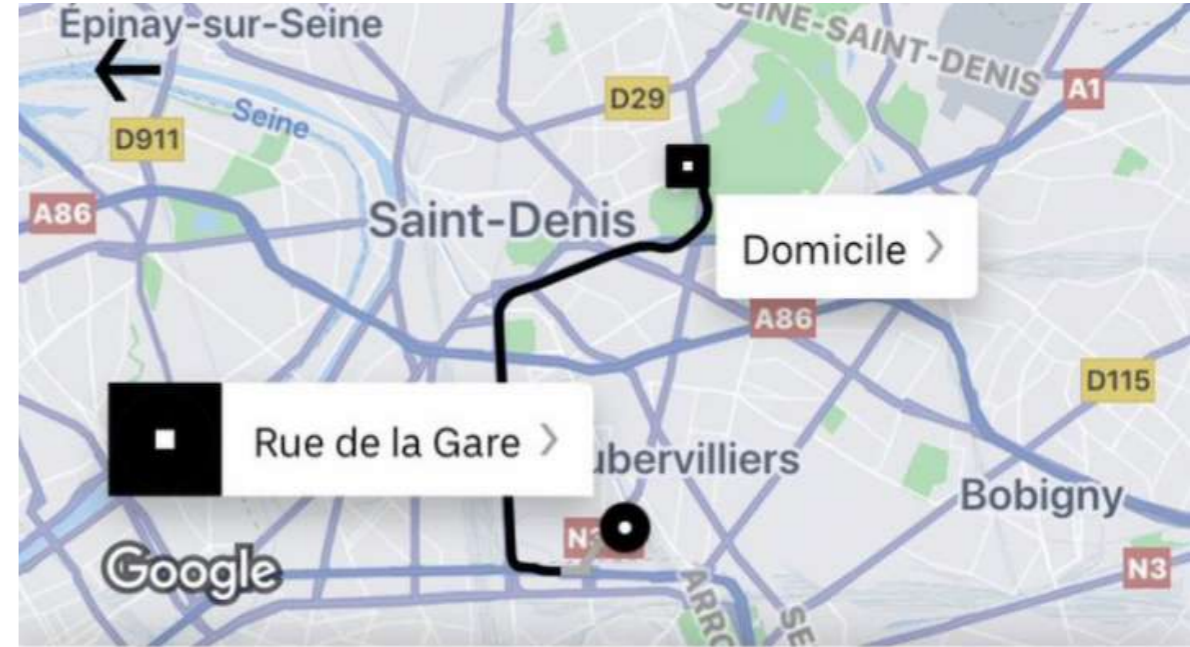
Titre de PNL

Paroles

Au DD
 J'la passe, la détaille, la pé-cou, la vi-sser, des regrets devant ton bébé
 J'sors de chez toi, j'reprends ta voiture mal garée puis j' retire ton PV
 J'recherche un billet, des affaires, des plans dans la planque, un peu trop peiné..

Source : Musixmatch





Choose a ride, or swipe up for more



PNL 4
10:56 à destination

0,00 €



Pool
11:01-11:13

8,88 €
~~10,70 €~~



UberX
10:55

11,11 €
~~13,38 €~~



FRANCE

Aya
Nakamura
Divine diva



AYA NAKAMURA

NAKAMURA

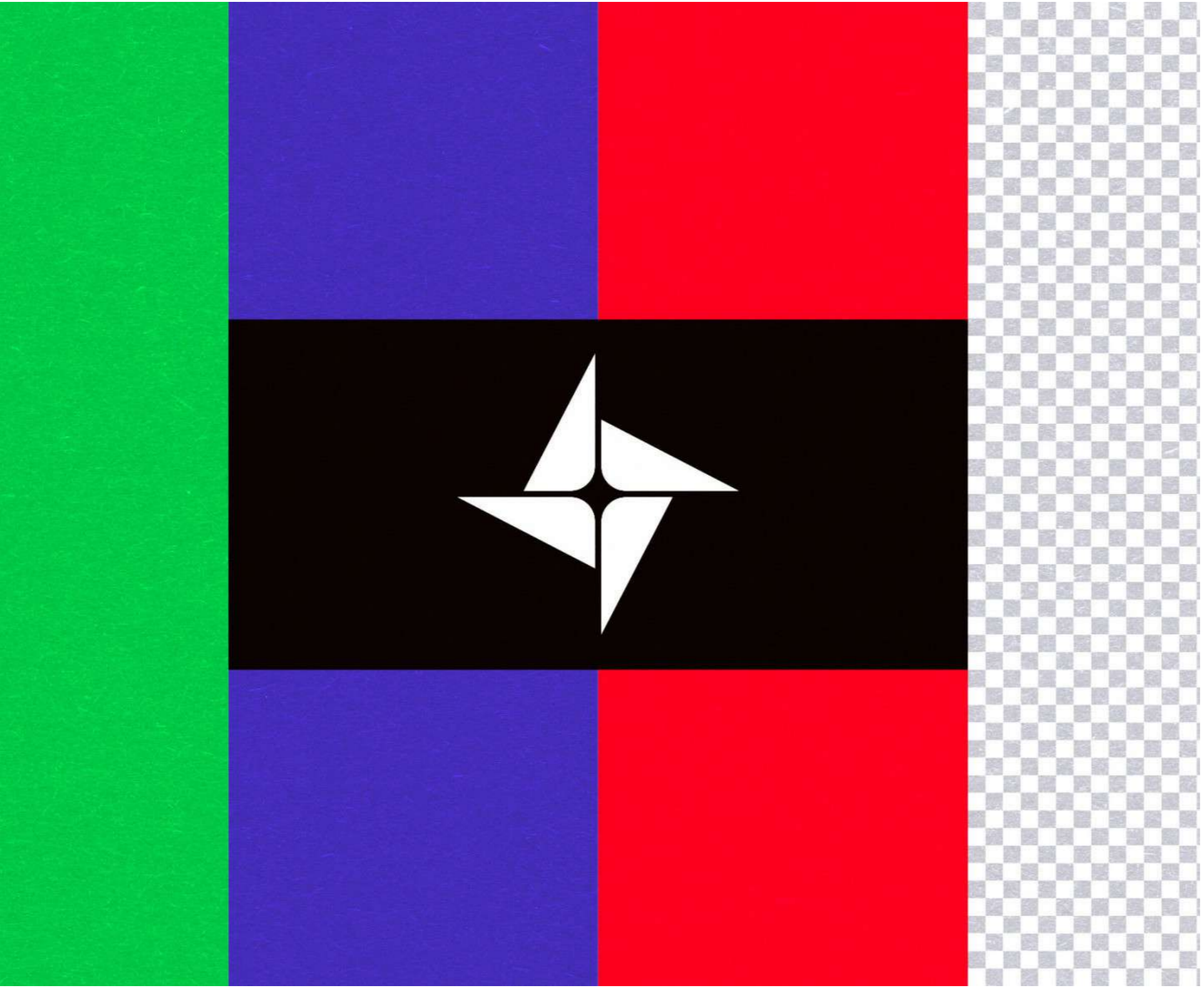
中村



BEST ARTIST

record breaker / To name just a few/ her 2018 album Nakamura surpassed 1 billion streams on Spotify, a first for a Francophone female artist. Her third album AYA was downloaded more than 12 million times in just four days on Spotify, becoming the third most listened-to album in the world.

To top it off, her music videos accumulated more than 2 billion views on Youtube.



SURVIVAL RUN
20:45:13



Top Chat

- Warin Mehdi Kajow he dont see the tchat
- 69latrik Areter de bander sur un mec qui marche
- Lucie @Krilux Morbide ? Person je ne vois rien là de mortifière mais juste un hommage à la vie et à la résilience. C'est toi qui sembles bien sombre.
- Baptiste Loizeau Incroyable ce mental 🤪
- Berenice Favre 12h09
- Sibel Kilic A midi heure France
- Kajow KEEP GOING GOAT 🏆
- Shoka Shoka Grand artiste! Bravo
- Esgez Gzegzeg Y'a plus la vitesse N
- Dr.Croco07 BRAVO POUR ET FREE PALESTINE 🇵🇸
- Jovany Gonzalez 🍌🍌🍌
- kuuso C'est pas un hologramme réfléchissait certains
- mael /camera 2
- Ervin /camera 3
- Audeline Besin sa fini à 12h00
- Bart Simpson force mon gars
- Anna Fbn C'est dommage de voir que des monges dans leur canapé, dans leur lit ose émettre un avis respectueux. Au delà de la norme de son album...

Rilès - SURVIVAL RUN - 24H

Rilès
1,95 M d'abonnés

S'abonner

38 k Partager Magasin



L'Oréal Paris France
163 k abonnés • 150 vidéos
Bienvenue sur la chaîne Youtube officielle de L'Oréal Paris France. Vous trouverez ici inspirations et tutoriels mais

S'abonner



[INFAILLIBLE] Le fond de teint en poudre
635 k vues • il y a 4 mois
L'Oréal Paris France
En un seul geste, elle couvre comme une poudre et couvre comme un fond de teint. — Parce que la planète le vaut bien, ...

 TikTok

@lenasituations

les araignées ont gagné vs
sefy

alystea24 ton collier est incroyable

FATALnico60 Tu va faire « a plague
tale » ?

vas y on joue 🍷 🤔

!prog

Night: PLANNING DE LA
SEMAINE -><https://bit.ly/3asRI26>

j'avoue mdr le nombre travaux
pour faire un ptn de décor en bas pour 7
lives ca doit faire un peu mal

requiem ah si

Nathanmp23_ oui

sin_shadows c'est pas mercredi

LeBarbuCosmiqueh mardi je
crois

VLP_François un live avec nivea
? curieux de voir c'est quoi le theme

Dery_ Oui

Raihaneee_ Ouiii

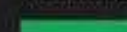
trufull le 18

Camellonimbus69 oui

vavacss 🐼 🐼 🐼



Apparition
Mac Miller

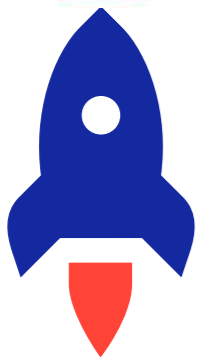


105/2.28



Black Mirror
NOSEDIVE (S03E01)
Entire History of you (S01E03)
Passeport Social / note de confiance
4 millions pax CN





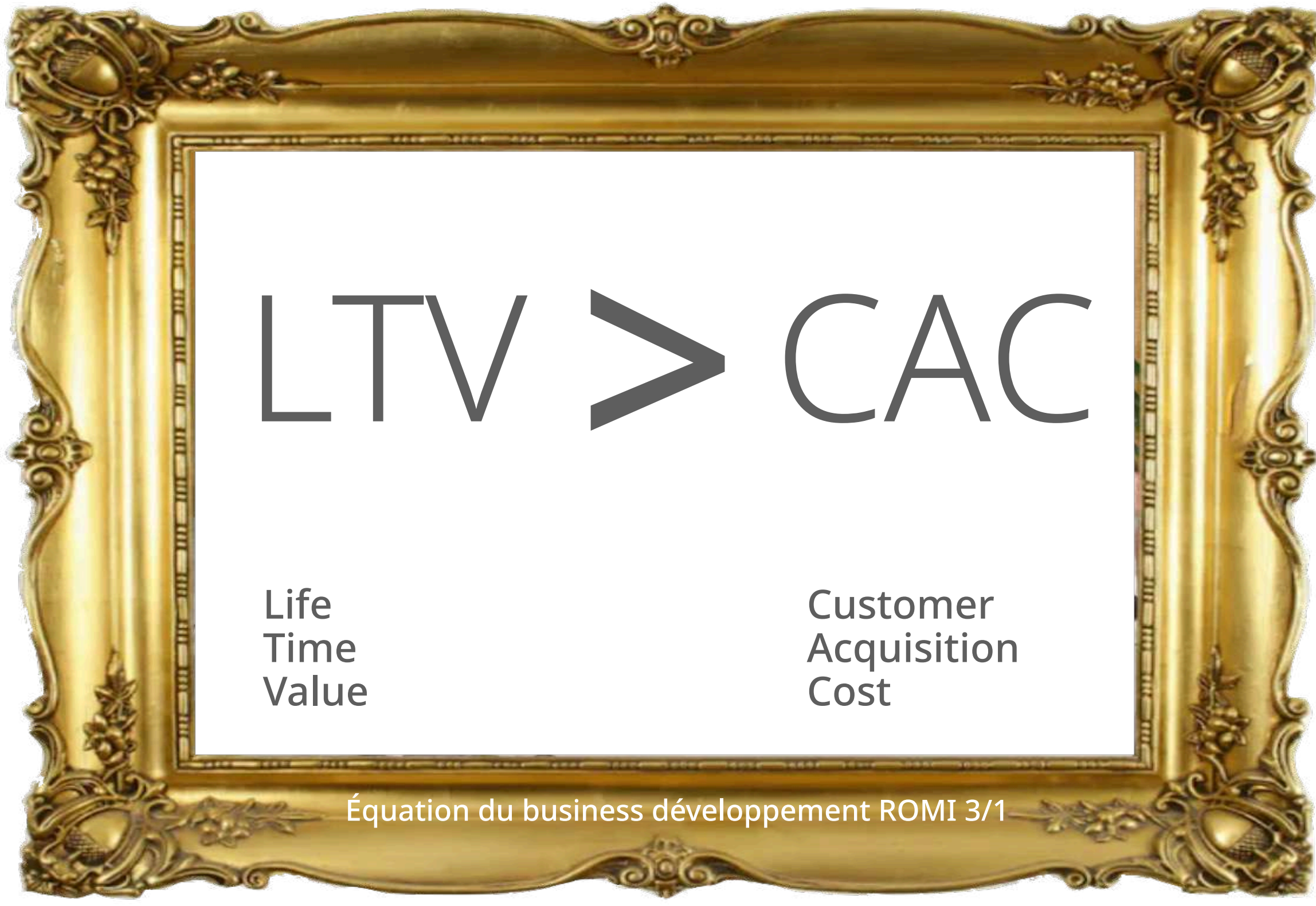
**Act
Think
Impact**

**UX
EX**

CX

UX => UE
user engagement
DIGITAL
mindset




$$\text{LTV} > \text{CAC}$$

Life
Time
Value

Customer
Acquisition
Cost

Équation du business développement ROMI 3/1

$$\text{LTV} > \text{CAC}$$

Life
Time
Value

Customer
Acquisition
Cost

Équation du business développement ROMI 3/1

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



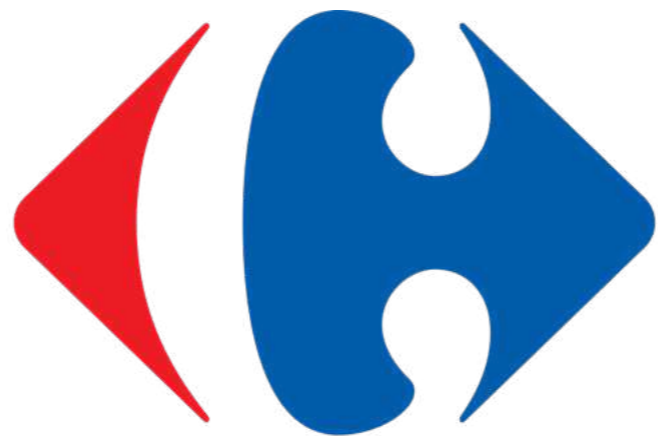
**The old way
is getting
old.**

Michel Houellebecq
La carte
et le territoire

roman

**PRIX
GONCOURT
2010**

Flammarion



Carrefour



There is **no red** in this image

(Just zoom in and see)



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


gary vee / vaynerchuk media

Le digital
est une
révolution
humaine ;

mindset



**Don't be scared
to raise your
price**



“

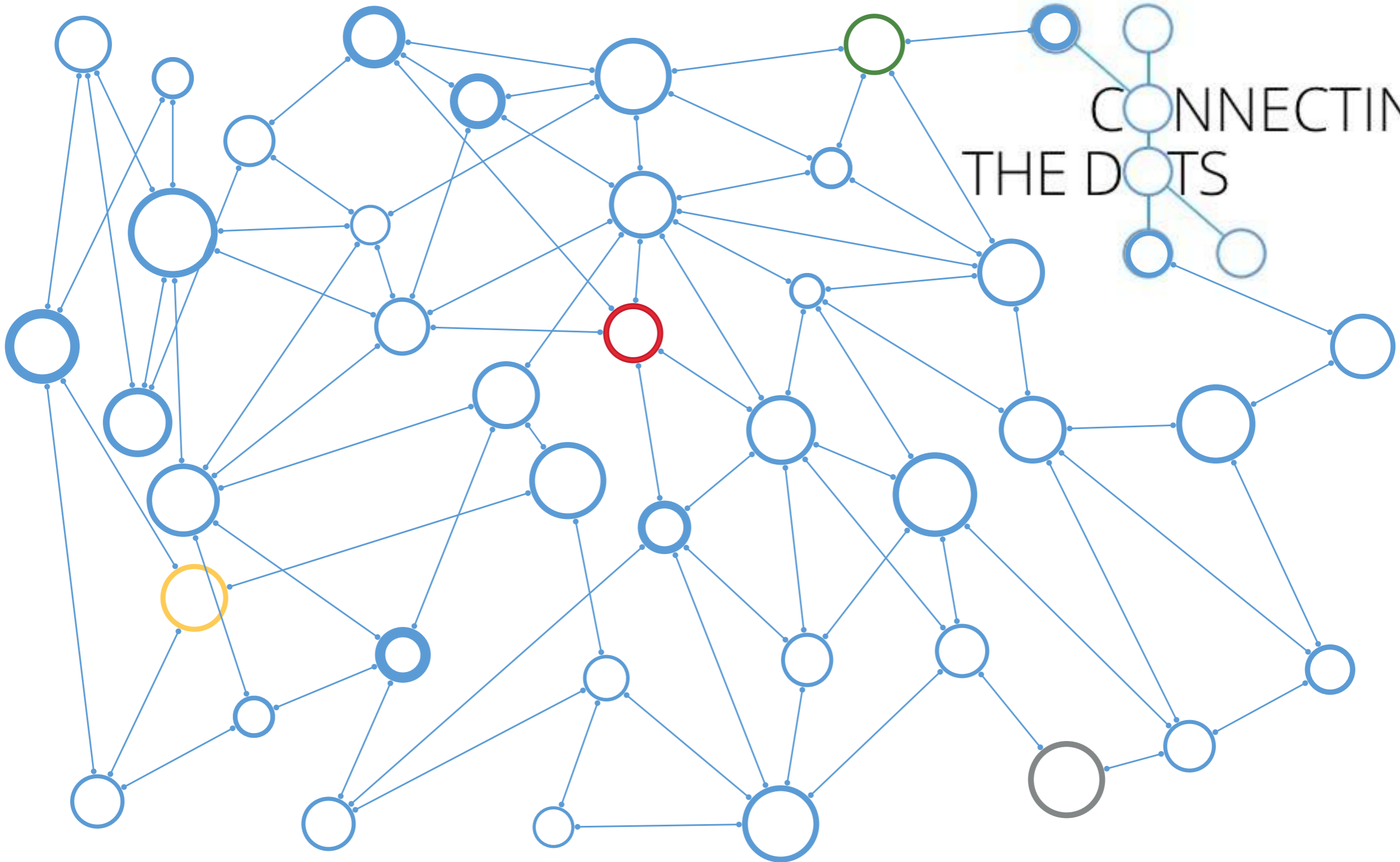
**GIVE VALUE.
GIVE VALUE.
GIVE VALUE.
AND THEN ASK
FOR BUSINESS.**

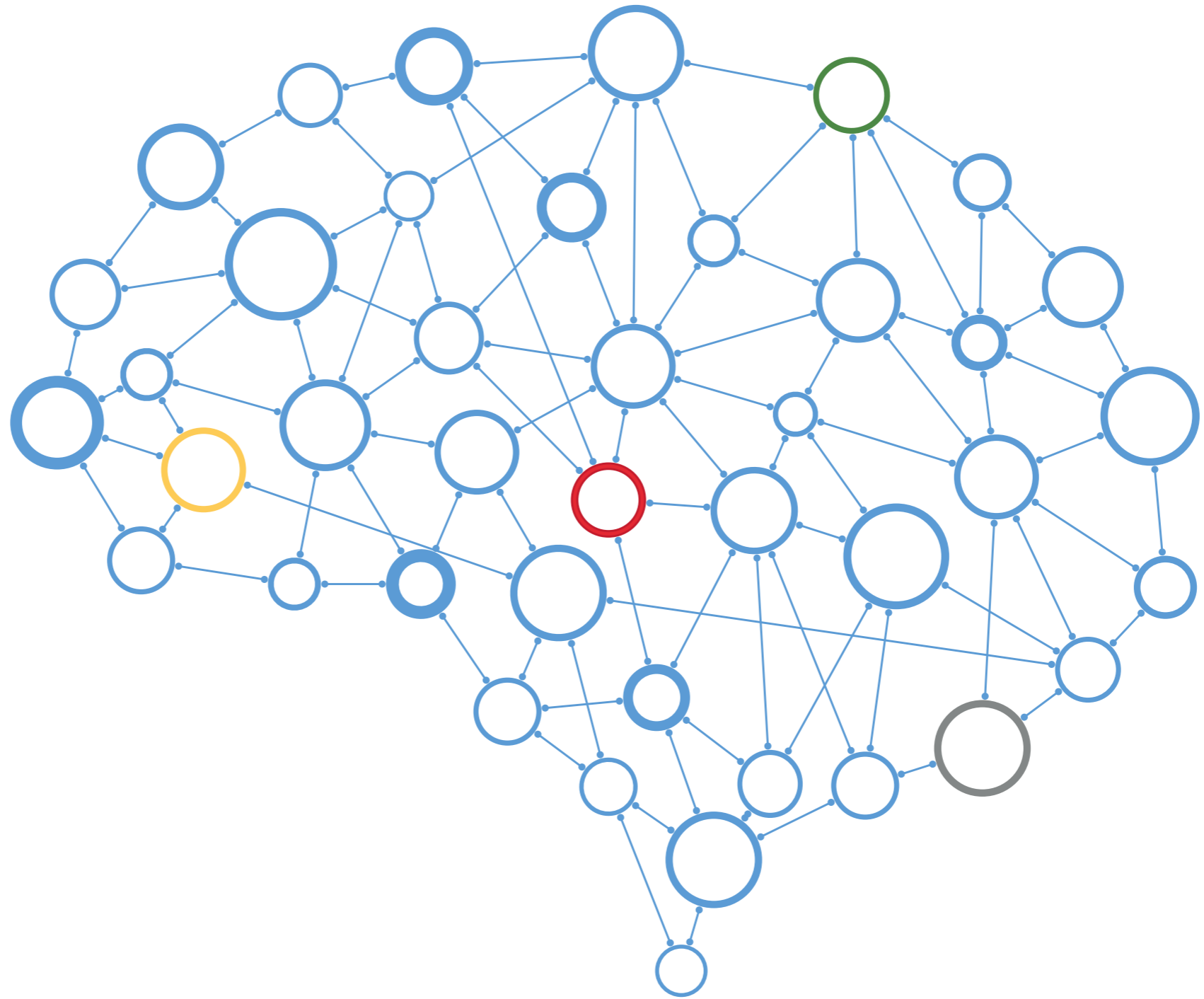


@GARYVEE

Le digital
est une
révolution
humaine ;

CONNECTING
THE DOTS





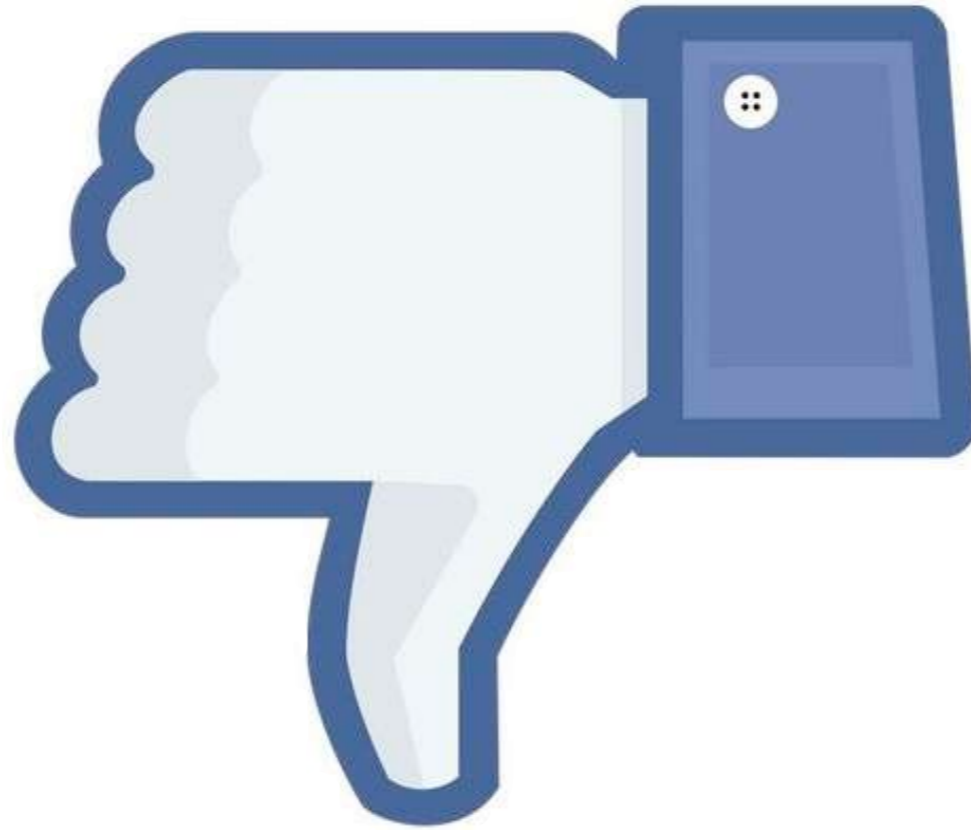
LEÇON INAUGURALE

...DU MARKETING EN GÉNÉRAL



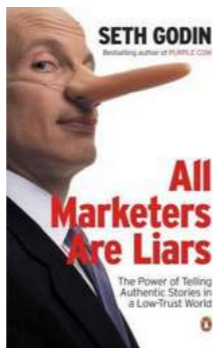
COLLÈGE
DE FRANCE
— 1530 —

“



le marketing ”

Marketing sucks



Méfiez-vous des recettes des années 60

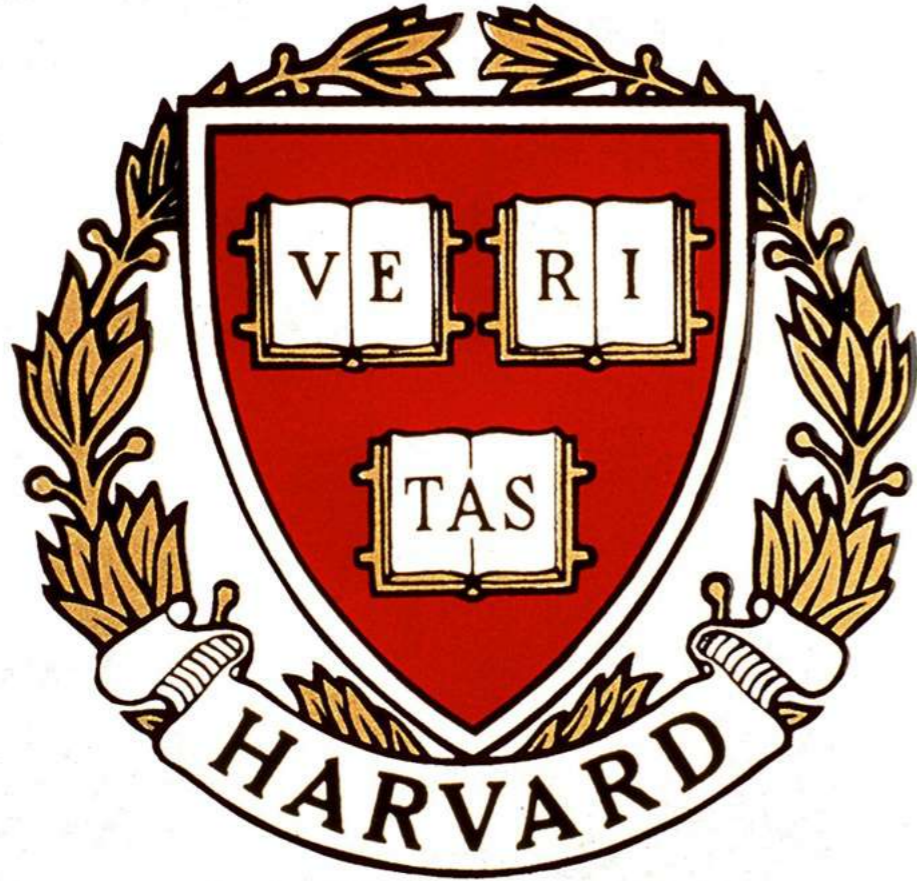
- 4P de Jerome McCarthy (1960)
Produit - Prix - Promotion - Place
- 5B de Charles Kepner (1955)/ BON -
produit prix endroit moment quantité
- SWOT de Humphrey (1970)
- CAP Caractéristique Avantage Preuve
cognitif / conatif / affectif
- SONCAS / AIDA

WUOL
COMIC



SWOT

HBS



HBR



HBR.ORG

Harvard Business Review

JULY-AUGUST 2014

94 Strategy
Four Paths to Business Model Innovation
Karan Girotra and Serguei Netessine

104 The HBR Interview
Lenovo CEO
Yang Yuanqing on the PC's Future

42 The Big Idea
The Crisis in Retirement Planning
Robert C. Merton

THINK FEEL DO

The New Basics of
MARKETING

WUJCA

~~SWOT~~

Volatilité

Incertitude

Complexité

Ambiguïté



Revoyons ensemble

LES 4P

Product Produit		Développement du produit, Gestion du cycle de vie du produit, Différenciation
Price Prix		Stratégie de prix, Tactiques de prix, Elasticité de la demande
Promotion Communication		Publicité, Relations publiques, Promotion des ventes, Marketing traditionnel, Marketing digital
Place Distribution		Canaux de distribution, Logistique, Couverture de marché

M3 - MMM - Modern Marketing Model

1. Strategy
2. Market Orientation
3. Customer insight
4. Brand & Value (branding)
5. Segmentation Persona
6. Positioning
7. UX / CX & content
8. Distribution
9. Promotion / IMC
10. Data & Measurement



M3 - MMM - Modern Marketing Model

I. Strategy

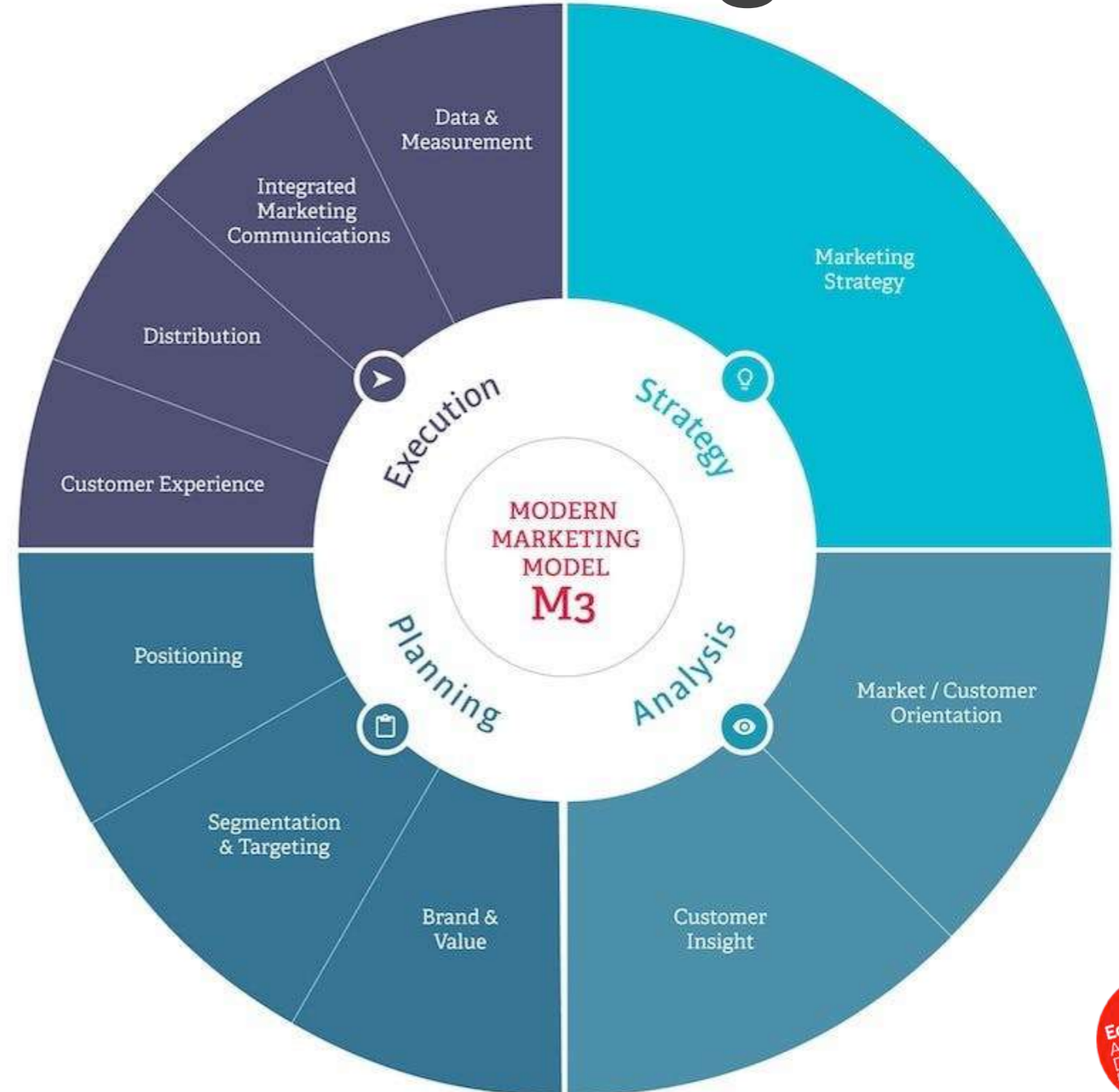
Analysis
Planning

2. Market Orientation
 3. Customer insight
 4. Brand & Value (branding)
 5. Segmentation Persona
 6. Positioning
-

- Execution
7. UX CX content
 8. Distribution
 9. Promotion / IMC
 10. Data Measure

M3 - MMM - Modern Marketing Model

1. Strategy
2. Market Orientation
3. Customer insight
4. Brand & Value (branding)
5. Segmentation Persona
6. Positioning
7. UX / CX & content
8. Distribution
9. Promotion / IMC
10. Data & Measurement



branding

vs.

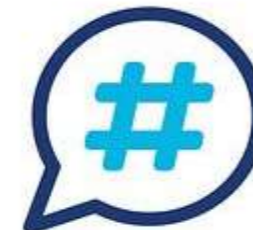
marketing



IMC



Integrated Marketing Communication



option #1

vs.

option #2

branding

marketing

marketing

distri

promo

social media

UX-CX

branding

promo

distri

social media

UX-CX

data research

ads

search

DOOH

product management

data research

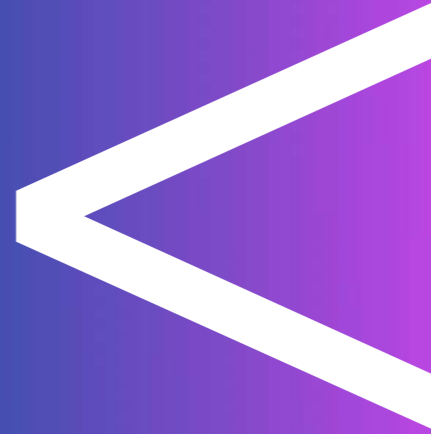
ads

search

DOOH

product management

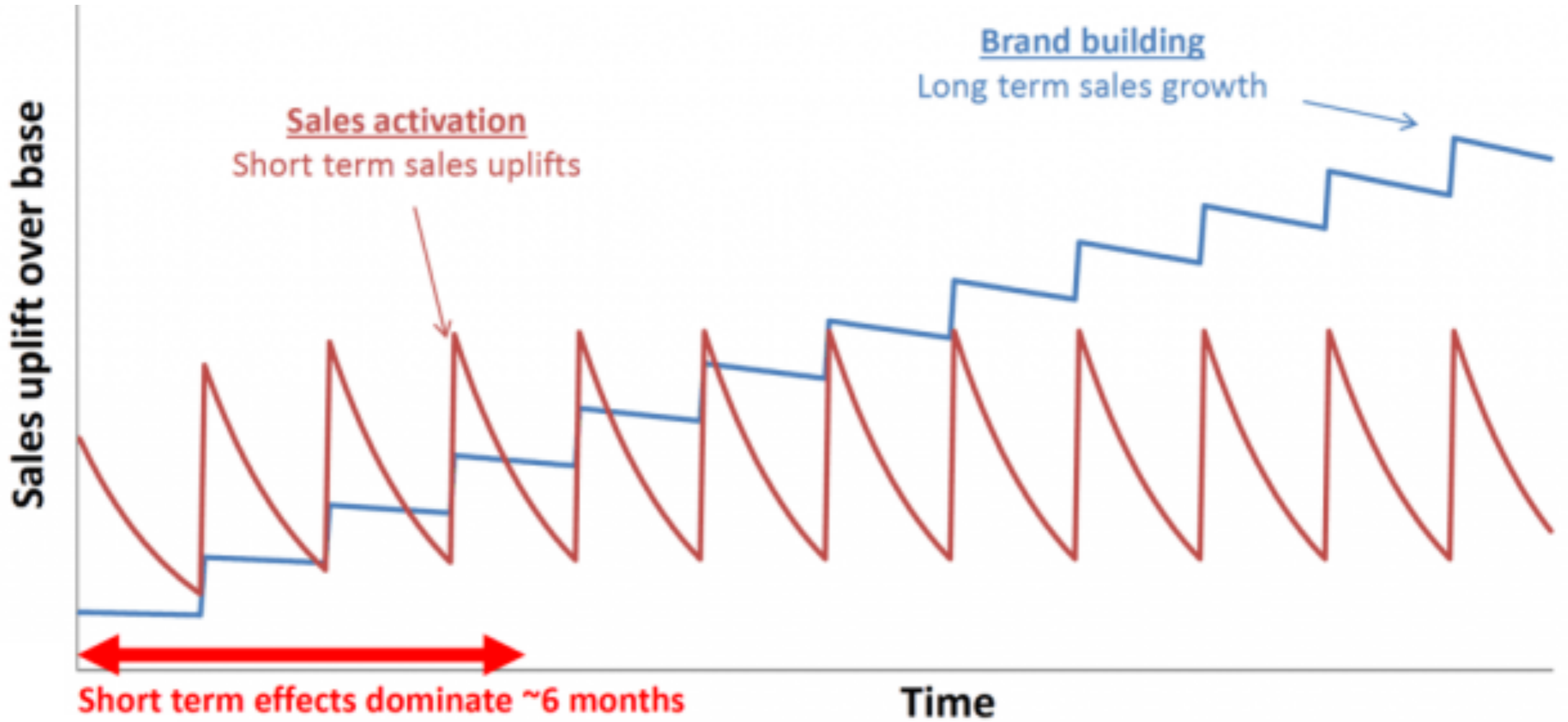
Marque



Produit Service

image
branding
promotion
pricing

qualité
expérience
PLG

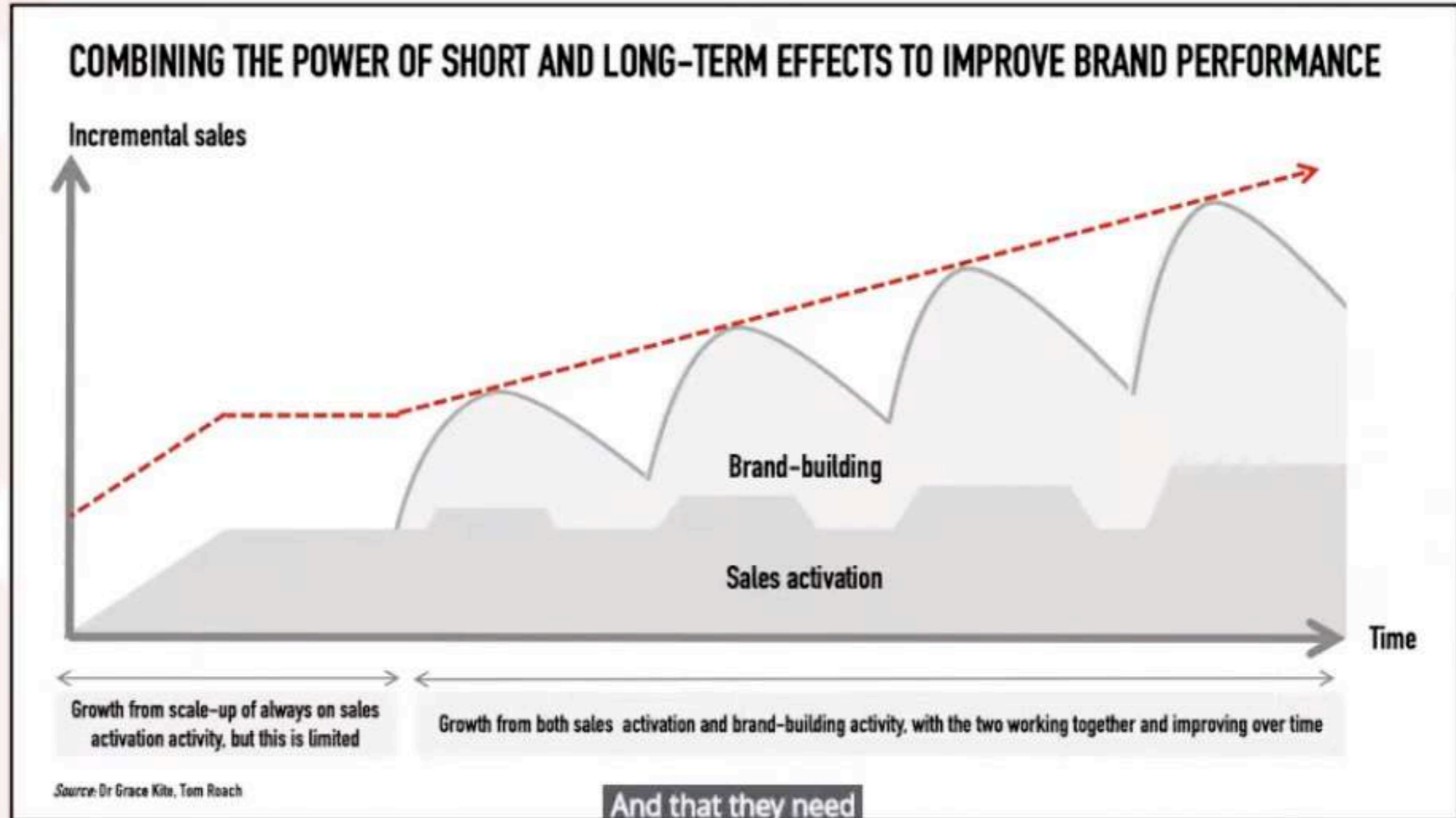


Marketing in the Era of Accountability Binet and Field

Binet and Field

<https://ipa.co.uk/>

THE LONG TO THE SHORT OF IT





Célébrissime Ford Model T : à la fois modèle d'innovation et source des maux
Exceptionnellement en rouge, contrairement à l'aphorisme de Henry *

« *TRUTH
IS IN THE
PRODUCT* »

BILL BERNBACH
DDB

« Advertising is the price companies pay for being unoriginal »



Yves Behar

hubert**kratiroff**

3 lois du marketing



ROB IT
TO GET IT.



#1

**Proposer
des offres
qui plaisent
aux
utilisateurs**

#2

**Vérifier
que les
marges
permettent
un profit**

#3

***« Oublier
les
deux
premières
règles »***



#1

**Marketing
de la
DEMANDE**

VOC

#2


**Profit =
Chiffre
d'affaires**

>

Charges

#3

*Originalité
Remarquable
Branding
Différentiable
Unique
Marketing de l'offre
Investissement
Innovation
Positionnement
Ne pas plaire à tout
le monde*

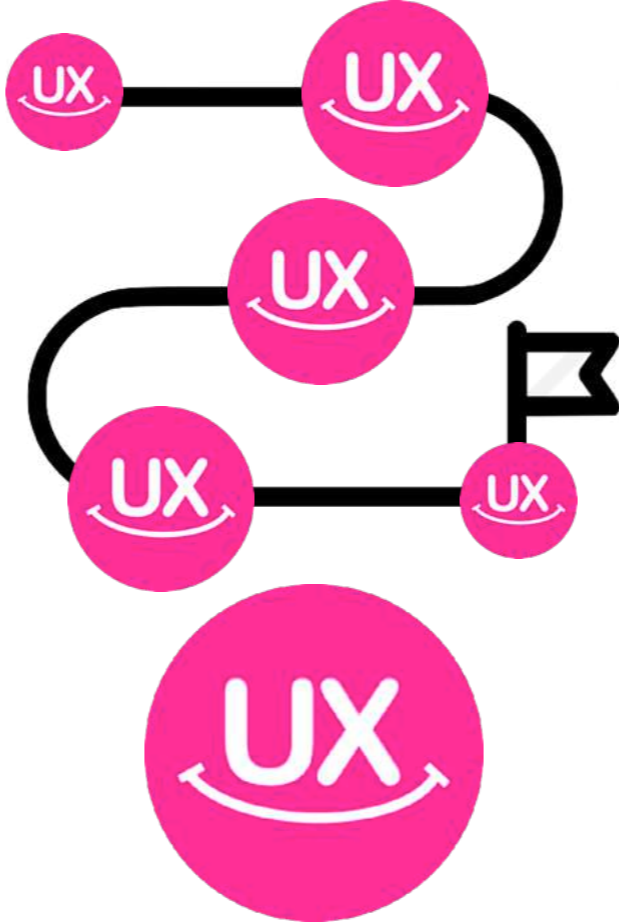
The image features three tall, fluted, light-colored stone columns, likely from an ancient Greek temple, set against a clear, bright blue sky. The columns are arranged in a slightly receding line from left to right. The text '3 PILLIERS DU DIGITAL' is overlaid in a large, bold, black, sans-serif font across the center of the image.

3 PILLIERS DU DIGITAL

1



2



3

0110
1001
1010

A black and white close-up portrait of a man with a beard and intense gaze. The lighting is dramatic, highlighting his facial features against a dark background. The text is centered over his face.

Believe in something. Even if it
means sacrificing everything.

 Just do it.

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.

BIG BANG ORIGINAL GOLD

44MM

EUR 36,200



3 lois de la communication 🖐️

**ROB IT
TO GET IT.**

workshop

hubertkratioff

06 80 43 29 05

hubert@kratioff.com
linkedin.com/in/kratioff
@kratioff

**expérience
phyggitale
N°1**



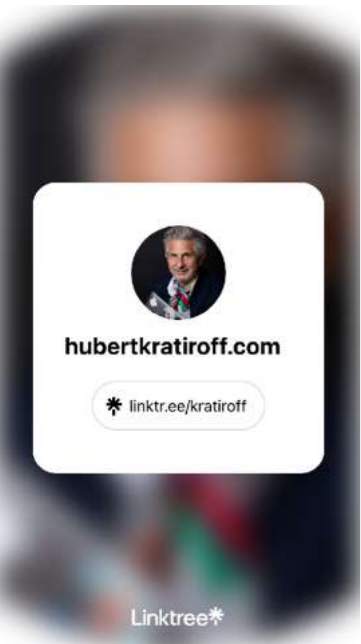
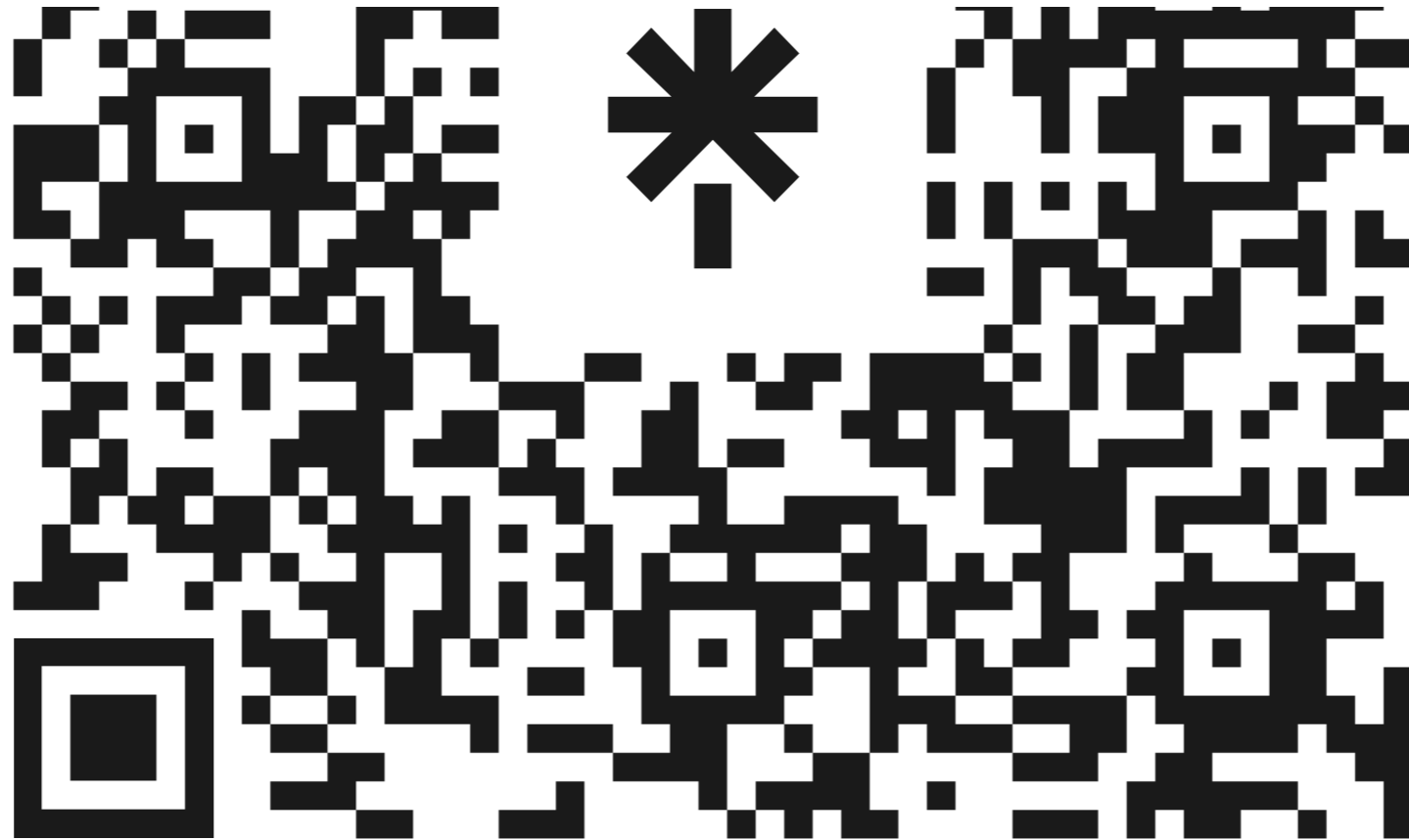
expérience

phyggitale

N°1



<https://www.chefdeproduit.com/GEM-Bachelor-Marketing/>



Les acronymes du marketing moderne



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

*mail de Elon Musk à ses équipes en 2010 (Tesla, SpaceX, SolarCity, Boeing and previously PayPal co-founder)

- AAA: Average active sessions
- AAID: Android Advertising IDentity
- AARRR: Acquisition, Activation, Retention, Referral, Revenue
- ABC: Always Be Closing
- ABM: Account Based Marketing
- ABT: AB testing
- ACSEL: Association pour commerce et services en ligne (ACEN: Association de l'Économie Numérique)
- ADEX: Ad Exchange platform
- AdTech: Advertising Technology (cf. MarTech)
- ADX: Google DoubleClick Ad Exchange platform
- AIDA: Attention Interest Desire Action "First Purcasse Funnel"
- AMA: Ask Me Anything
- AMP: Accelerated Mobile Pages de Google
- APP: Application (a program designed to run on mobile devices)
- API: Application program interface (cf. MtoM)
- AR: Augmented Reality (ou RA)
- ARPU: Average revenu per user
- ARR: average recurring revenu (or annuel)
- ASO: App Store Optimization (cf. Search)
- ASF: Apache Software Foundation
- ASP: Application service provider AssurTech cf. Insurtech
- AAWAAd: Anytime Anywhere Anydevice
- AAWAAdAc: AAWAAd + AnyContent
- ATF: Above the fold (au dessus du pli, conc visible : cf. BTF)
- ATL: above the line (cf. BTL & media)
- AWD: Adaptive web design (cf. RWD)
- BAT(X): Baidu Alibaba Tencent Xiaomi (vs. GAFA)
- BANT formula: Budget, Authority, Need, Timeline (developed by IBM)
- BAU: Business As Usual
- BI: Business Intelligence
- BMG: Business Model Generation by Alex Osterwalder
- BOB: Best of Breed
- BOFU: Bottom Of Funnel (cf. ToFu)
- BPM: Business Process Management
- BR: bounce rate (visite limitée à une seule page ou son réception d'un email)
- BRICS: 5 countries competing with Triads and N-11
- BTC: BitCoin (XBT)
- BTF: Below the fold (en dessous du pli, donc invisible ; cf. ATT)
- BTL: below the line (cf. ATL & hors media)
- BtoG: business to Government
- BtoR: Business to Retail
- BYOD: Bring your own device (cf. CYOD)
- CAC: Customer Acquisition Cost (ou cycle d'activité client ancêtre du parcours client)
- CAD: communication audiovisuelle dynamique (cf. DOOH & digital signage)
- CCO: Chief Customer Officer
- CCU cf. UCC
- CDC: Cahier des Charges
- CDJ: customer digital Journey
- CEO: Chief Digital Officer (ou Chief Data Officer)
- CDN: content delivery network / réseau de diffusion de contenu (AKAMAI)
- CDP: Customer Data Platform (It's more than a DMP and CRM)
- CEM: Customer Experience Management
- CES: Customer Effort Score
- CGI: Computer-generated imagery
- CHO: Chief Happiness Officer
- CLI: command line interface
- CLV: Customer lifetime value
- CM: Community Manager
- CMI: Communication Marketing intégrée (IMC)
- CMO: Chief Marketing Officer
- CMS: Content management system
- CNIL: Commission Nationale Informatique et Libertés (cf. RGPD)
- COOC: Corporate Open Online Course
- COS: Cos. Of Sale
- CPA: collective performance at acquisition
- CPA: Cost per action (or acquisition)
- CPC: Cost per click amount of money required to produce a single click (or Cost-per-Customer)
- CPGV: Cost per completed view (CPGV = Cost + Completed Views)
- CPL: Cost per lead
- CPM: Cost per thousand (mille)
- CPT: Cost-per-Transaction
- CPV: Cost per view (see also PPV)
- CR: Conversion rate
- CRM: Customer relationship management
- CRO: Conversion rate optimization
- CSAT: Customer Satisfaction Score
- CSR: Corporate social responsibility (RSE)
- CGG: Cascading Style Sheets
- CTA: Call to action
- CtoB: Customer to Business (cf. UGC)
- CtoC: Customer to Customer
- CTR: Click Through rate (number of click on an item/link)
- CX: Customer experience (including UX)
- CYOD: Choose Your Own Device (cf. BYOD)
- DA3je: cf. DDD
- DAQ: Decentralized Autonomous Organization (holacratie)
- DDD: Data Driven Document
- DDM: data-driven decision management
- DDS: data-driven strategy
- DL: Digital Learning
- DM: Direct mail or Direc: message sur Twitter
- DMEExCo: Digital marketing exposition and conference (Cologne, DE)
- DMP: Data management platform
- DNS: Domain name system (cf. ICANN & registrar)
- DNVB: Digital Native Vertical Brand
- DOOH: Digital Out Of Home (Digital Signage)
- DL: Deep Learning

Lexique

Les 150 définitions Conférence NoLimit



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

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

Lexique Kratiroff

YANN GOURVENNEC

HUBERT KRATIOFF

LE GLOSSAIRE DU DIGITAL

2024

ANNEXE EN LIGNE DU
LE MARKETING DU DIGITAL
DE @AZ

POUR TOUT
COMPRENDRE
AU JARGON DU
NUMÉRIQUE



acronyme.pdf

À transformer en QrCode

0 ou 20

www.chefdeproduit.com/GEM-MASTER-MARKETING/DOC/acronyme.pdf

www.chefdeproduit.com/GEM-MASTER-MARKETING/DOC/lexique.pdf

www.chefdeproduit.com/GEM-MASTER-MARKETING/DOC/glossaire.pdf



Hubert Kratiroff

CDO at C4C, MyConnecting

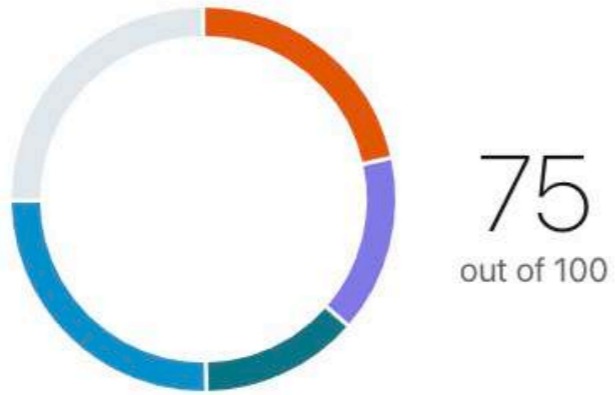


Your Social Selling Index

Top Industry SSI rank
1%

Top Network SSI rank
2%

Current Social Selling Index ?



Four components of your score



People in your industry



Sales professionals in the Computer Software industry have an average SSI of 32.
You rank in the **top 1%**
No change since last week

People in your network



People in your network have an average SSI of 42.
You rank in the **top 2%**
▲ Up 1% since last week

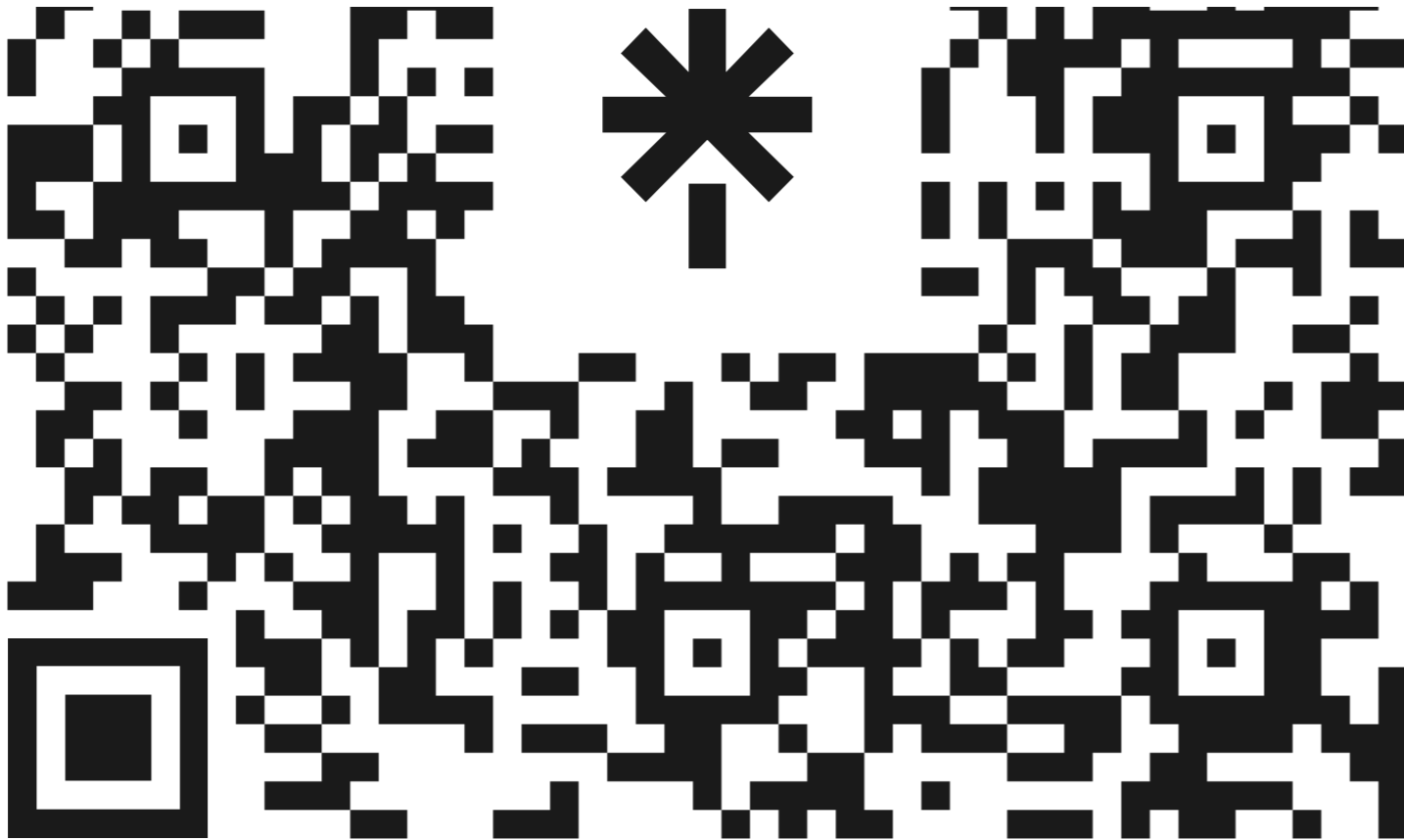


Hubert Kratiroff
CDO at CX-convers & public speaker

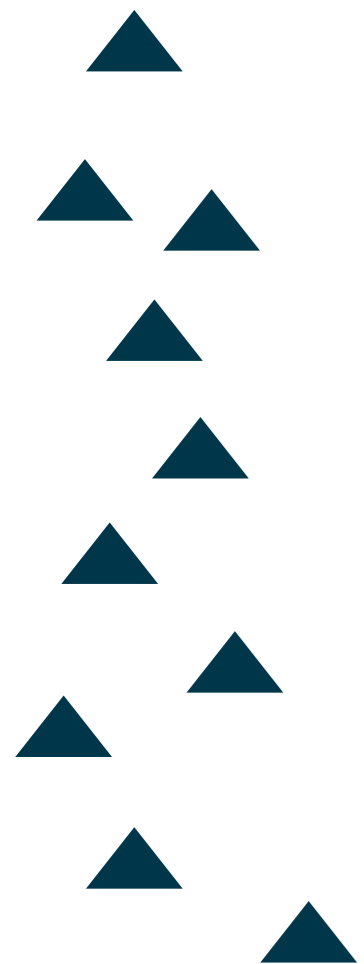




Linktree*



<https://www.chefdeproduit.com/GEM-Bachelor-Communication/>



CAS FIL ROUGE

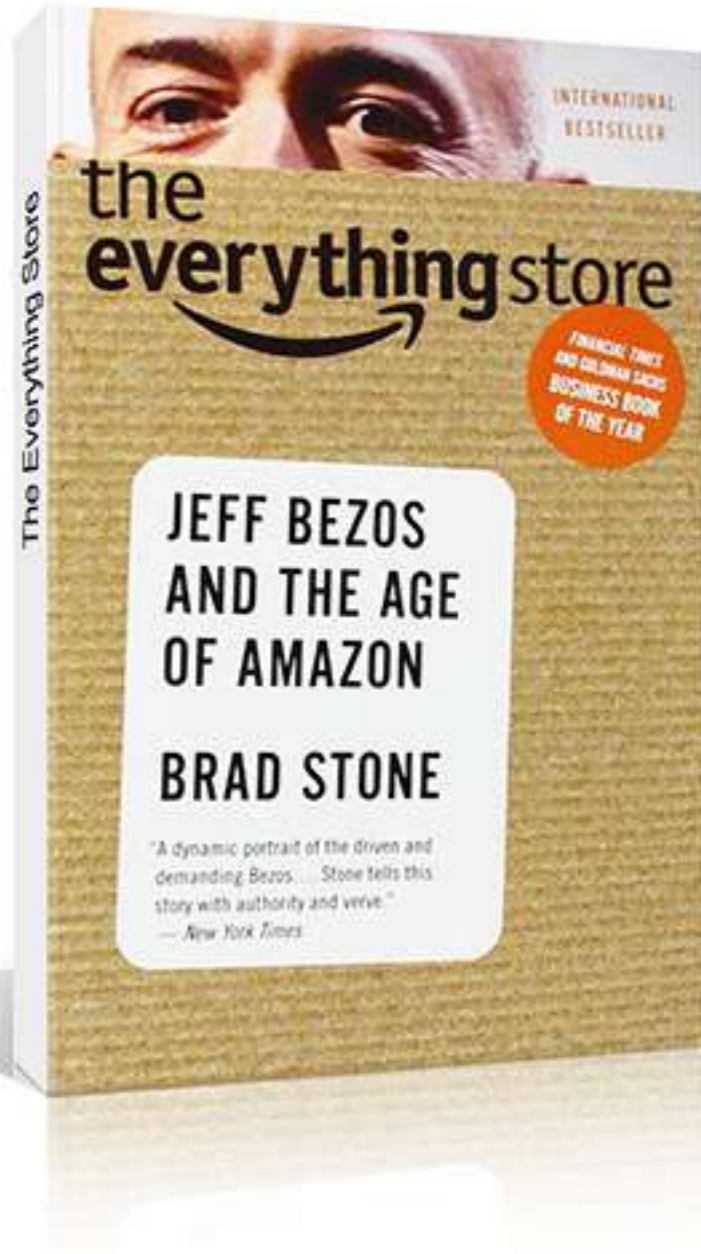
SALOMON



salomon

Flavien LONG / Clémentine CHARDAIRE / Armand PFISTER / Tristan BEL
SALOMON





1. Customer obsession
2. No PowerPoint
3. As if the customer is in the room
4. It's always day one
5. Working Backward
6. API or quit
7. Letter to shareholders
8. ...

"Amazon : la boutique à tout vendre" de Brad Stone

"The Everything Store"

full stack

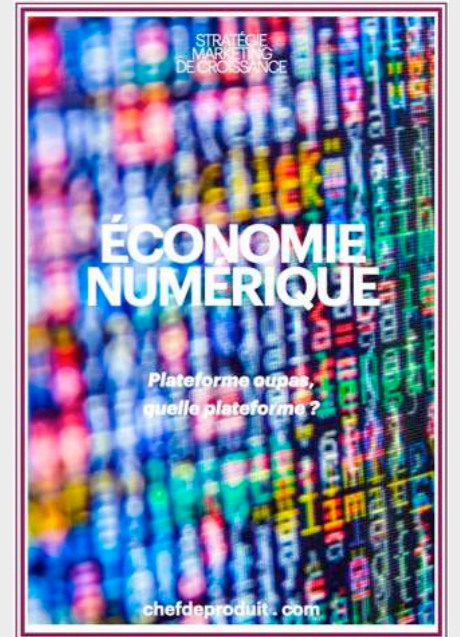
...

marketer



LTV > CAC

UX



 Gary Vaynerchuk

DIGITAL MINDSET

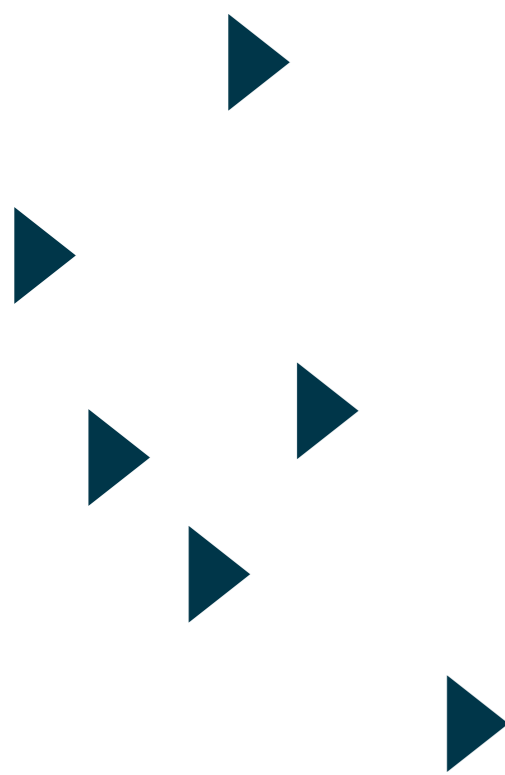
«Software is eating the world»
a16z
Mark Andreessen

1
INTRO



UX => UE
user engagement
DIGITAL
mindset





EXPLORE BEYOND HORIZONS



En rejoignant Grenoble Ecole de Management, vous faites le choix d'une école réellement engagée. Notre mission et notre raison d'être : apporter des réponses, par la formation et la recherche, aux grands défis de la transition écologique, sociétale et économique, et contribuer à un monde plus résilient, plus juste, plus pacifique, plus responsable.

grenoble-em.com



12 rue Pierre Sémard - 38000 Grenoble
183 avenue Jean Lolive - 93500 Pantin