

CONFERENCE DE CLOTURE : NOLIMIT

INTERVENANTS : **Hubert KRATIOFF**

NOM DU RESPONSABLE DE MODULE : **Hubert KRATIOFF**

E-mail : **HUBERT.KRATIOFF@GRENOBLE-EM.COM** (ou **HUBERT@KRATIOFF.COM**)

Suivi : **TWITTER (@KRATIOFF)** ET **LINKEDIN (LINKEDIN.COM/IN/KRATIOFF)**.

TEL : **06 80 43 29 05**

DUREE : **2 heures**

ORGANISATION : **Conférence plénière**

PREREQUIS : **Non**

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES :

- Montrer que les territoires conquis par le digital sont chaque jour plus grand et sans limite ;
- Dresser une revue de l'état de l'art digital et établir une synthèse des grands courants de pensée sur la digitalisation ;
- Appréhender les évolutions du digital dans le marché de la mobilité et se projeter dans les nouvelles pratiques, attentes, implications de l'écosystème digital ;
- Établir une synthèse des évolutions des clients, utilisateurs, fournisseurs, collaborateurs et comprendre la valeur client à travers les parcours clients, les expériences utilisateurs et l'analyse des points de contact ;
- Comprendre les impacts sur les business model et les attentes clients pour identifier des voies de développement puis y faire face et les satisfaire ;
- Prise de conscience des possibilités d'arrivées de nouveaux acteurs disruptifs dans un monde sans limite.

CONTENU DE L'INTERVENTION :

Le contenu sera adapté en fonction de l'actualité du monde digital.

- Les différentes générations de clients, utilisateurs, consommateurs et l'évolution de leurs attentes ;
- Les méthodes d'études de la clientèle avec la fin des enquêtes et sondages, remplacés par des recensements exhaustifs ;
- Les nouvelles utilisations des réseaux sociaux par les citoyens, par les marques, par les consommateurs...
- Étude de l'environnement par la méthode VUCA (Volatilité, Incertitude, Complexité, Ambiguïté) ;
- Analyse de l'infobésité et les remèdes appliqués par les utilisateurs
- Démonstration en direct de programmation d'application et d'interaction sociale ;

- Les différents modèles économiques et les ouvertures possibles aux nouveaux entrants dans tous les domaines
- Les méthodes de travail frugale (ou agile ou lean) qui consistent à faire plus avec moins de ressources
- Revue de tout ce qui ne change pas... ou presque.

PLAN DE L'INTERVENTION :

Les évolutions sociétales et les influences sur les consommateurs, utilisateurs, clients

- Méthodes d'enquête et recueil d'information ancien marketing contre marketing moderne
- Tableau des générations et de leurs attentes
- Les gouvernements et la démocratie à l'heure digitale

Les changements de paradigme de communication

- Des outils de communication partagés entre les entreprises et les utilisateurs
- La fusion du marketing et de la communication
- La gestion de l'information par les utilisateurs et l'agilité

Les nouveaux modèles économiques

- Quand le partage est supérieur à la possession
- Quand la rapidité est supérieure à la puissance
- Les implications sans limite des techniques digitales dans la santé, la politique et la mobilité

PEDAGOGIE :

Méthodes pédagogiques utilisées :

- Conférence illustrée de cas, démos, séquences interactives.

Supports pédagogiques :

- Mini Site (avec vidéos et supports projetés) ;
- Lexiques des termes digitaux et acronymes ;
- Citations utiles et extraits de livres.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES CONSEILLEES :

Sites et applications de curation

- NM (www.nouveaux-marketing.com) et TSLM (www.toutsurlemarketing.com) ;
- SlideShare (fr.slideshare.net/kratiroff) et YouScribe (www.youscribe.com/kratiroff) ;
- FlipBoard (flipboard.com/@kratiroff) et Scoop.it (www.scoop.it/t/marketing-by-kratiroff) ;

TED

Formes : en Application iOS ou Android, chaine YouTube ou Site

Posologie : une fois par semaine

Lien : www.ted.com ou www.youtube.com/ted

Modern Marketing Model (M3)

Le manifeste moderne des pratiques marketing (M3) à méditer si ce n'est appliquer par Ashley Friedlein @Econsultancy

Lien : m3.econsultancy.com