

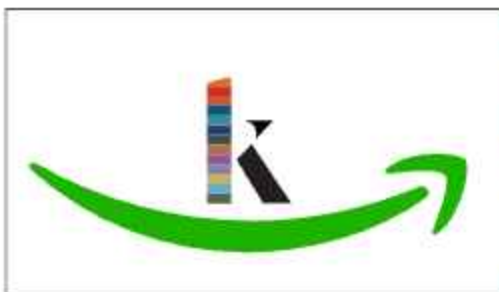
On a toujours fait comme ça / ça ne **marche plus.**

The old way is getting **old.**

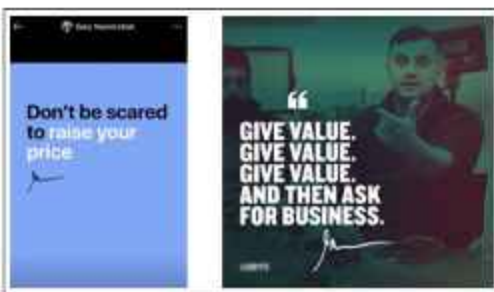


expérience phygitale N°1





The biggest asset in the world is your mindset.

A diagram showing a 'full stack' of marketing tools including 'dooz', 'UX', and 'DIGITAL MINDSET'. It also includes the equation $LTV > CAC$ and a QR code.

THIS PAGE IS INTENTIONALLY LEFT BLANK

WHY?



LEÇON INAUGURALE

...DU MARKETING EN GÉNÉRAL

COLLEGE DE FRANCE

“ 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

~~SWOT~~

HBS

 HBR

 Harvard Business Review
 The new Science of MARKETING

VUCA

~~SWOT~~ Volatilité
 Incertitude
 Complexité
 Ambiguïté

~~4P~~

Revoiyons ensemble
~~LES 4P~~

M3 - MMM - Modern Marketing Model

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

M3 - MMM - Modern Marketing Model

I. Strategy

- Market Orientation
- Customer insight
- Brand & Value (branding)
- Segmentation Persona
- Positioning

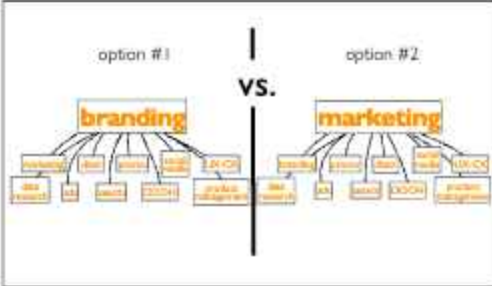
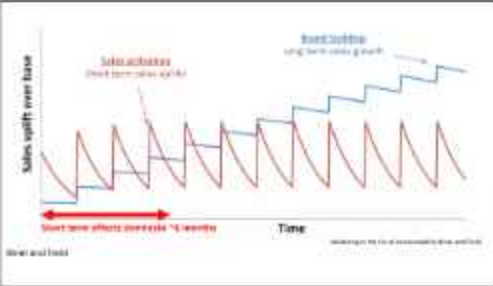
Execution:

- UX CX content
- Distribution
- Promotion / IMC
- Data Measure

M3 - MMM - Modern Marketing Model

- Strategy
- Market Orientation
- Customer insight
- Brand & Value (branding)
- Segmentation Persona
- Positioning
- UX / CX & content
- Distribution
- Promotion / IMC
- Data & Measurement

branding
 VS.
 marketing



3 lois du marketing

#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 Originateur Responsable Branding Différenciable Unique Investissement Innovation Possibilité de croissance



« Advertising is the price companies pay for being unoriginal »

Yves Behar

INTERNET
DIGITAL

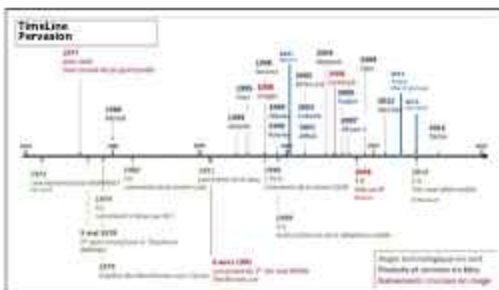
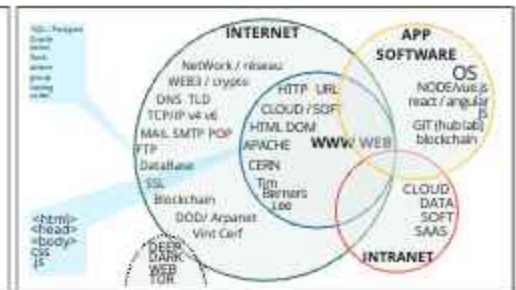
Numérique
invention, technologie, recherche, technique, scientifique, code, brevet, secret techno...

Digital
innovation, utilisation, usage, assistance, clic, commande, IHM (HCI), relation homme-machine...

Cyber
cybernétique, sécurité, protection, hacker, virus, espionnage, militaire, défense, bureau des légendes, phishing, ransomware, PPH

entreprise 1 | entreprise 2

Numérique
Digital
Cyber



Digital
Numérique
Cyber
+
Éthique
Progrès

DATA
contrôle

INDIVIDUEL
personalisation

Politique
moral + IAAct

PHF

Harvard Business Review
Plusieurs fois sur...

LA FIN DE LA CYBERSÉCURITÉ

LA FIN DE LA CYBERSÉCURITÉ

Après la fin d'internet et du digital... la fin des DSI ?

AUCUN INVESTISSEMENT DANS VOTRE PROTECTION DIGITALE NE VOUS PROTÈGERA TOTALEMENT DES HACKERS. LE TEMPS D'UNE NOUVELLE STRATÉGIE EST VENU.

Où êtes-vous ?

Numérique
Digital
Cyber

1 2 3

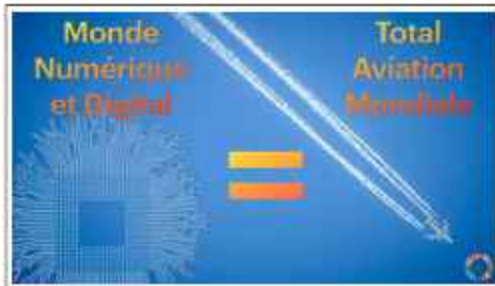
Que manque t-il ?

Numérique
Digital
Cyber

1 2 3

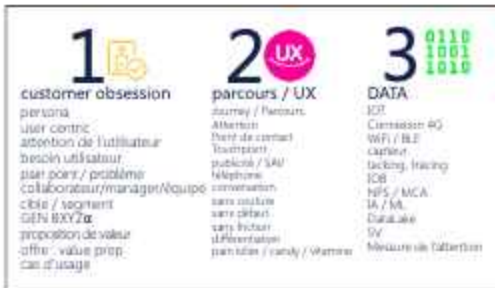
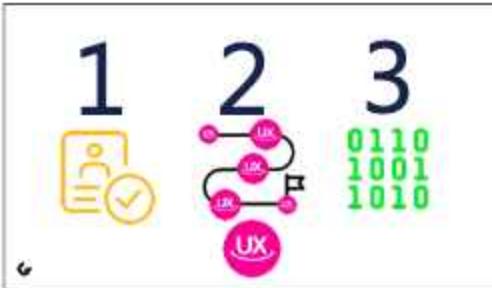
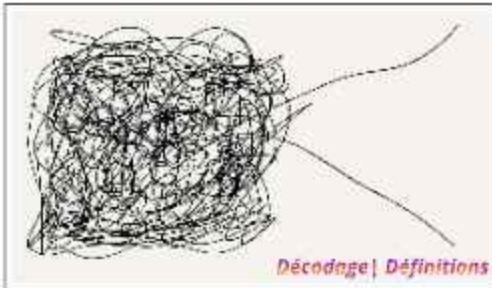
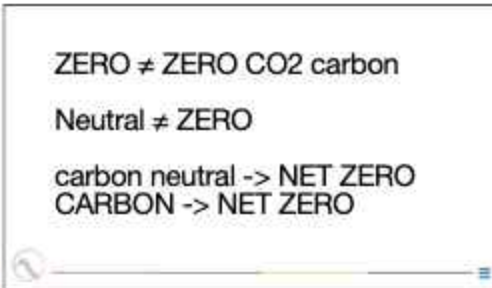
entreprise 1 | entreprise 2

Inventions
Innovations
Progrès

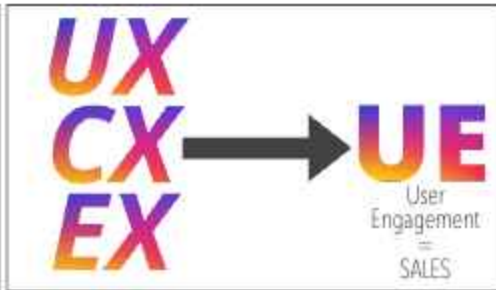


Il n'y a pas de transformation digitale il n'y a que des preuves de changements digitaux numériques cyber technologiques ESG CSR RSE ?





CX > UX
qualité
plus de contact avec les clients



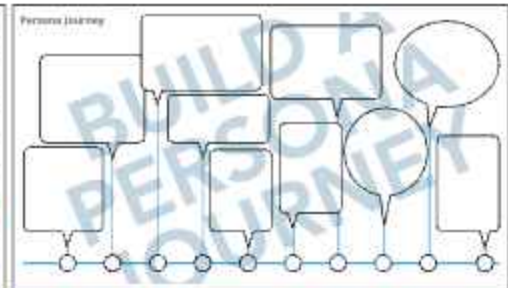
DX SUMMIT
zone
What will you gain from attending the DX Summit?

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

~~TIME~~
~~MONEY~~
“ATTENTION = MONEY”

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

BUILD YOUR PERSONAS



NPS
Qr-Code

DÉF

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

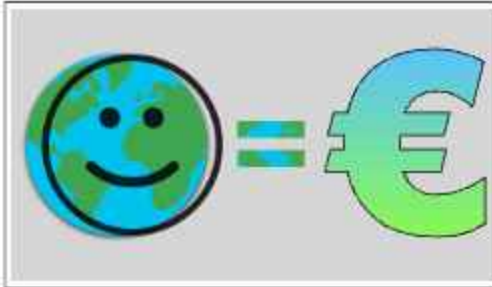
marketing
créer de la valeur pour le client, l'écosystème et l'entreprise

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

marketing
recherche de la valeur pour tous

“ Créer de la valeur pour tous ”





"Don't find customers for your products, find products for your customers"



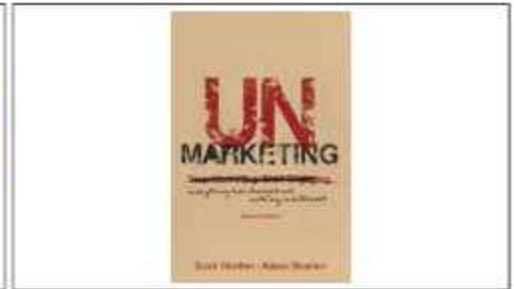
« meeting needs profitably »

The best marketing strategy ever :
« CARE »
Gary Vaynerchuk
Stop selling. Start helping
Zig Ziglar

I DON'T OPERATE TO MAXIMIZE MONEY. I OPERATE TO MAXIMIZE JOY.

Le Marketing est l'Art de la Conviction
Le marketing est devenu une belle compétence

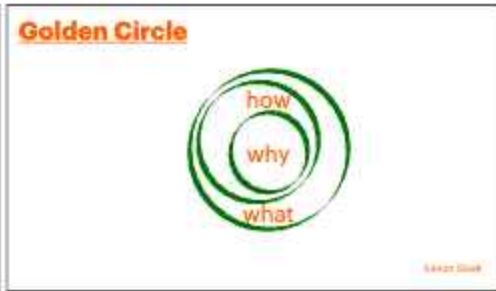
Marketing sucks



FKLG.
D'ail, j'fais des webinars.



“your happiness is my business”

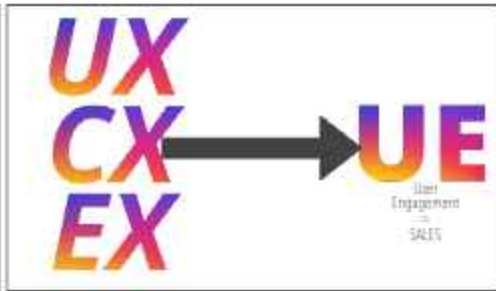
UX or CX

UX > CX

En nombre : plus de user que de client


CX > UX

En qualité : plus de contact avec les client



UX => UE

user engagement



UX

physique face à face
web téléphone
mobile web 1 2
sociale web 3
metavers In APP
réseaux sociaux push
réseau spé réseaux sociaux
metavers marque
meta gén



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



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



“Don't find customers for your products, find products for your customers”




Sales-led Development
Pub pour vendre
Objectifs KPI OKR
Payant direct
Churn +
Retention rate -
LTV Life time value -

Product-led Growth
Pub pour découvrir
Objectifs KPI OKR
Gratuité / Freemium
Churn -
Retention rate +
Life Time Value +




techno push vs. market pull

Choix de la meilleure définition selon vous...

Vos critères peuvent être divers et variés

toutsurlemarketing.com /mmm

1. Sélectionner une définition
2. Sélectionner des critères de sélection
3. Comparer les définitions en fonction des critères
4. Choisir la meilleure définition

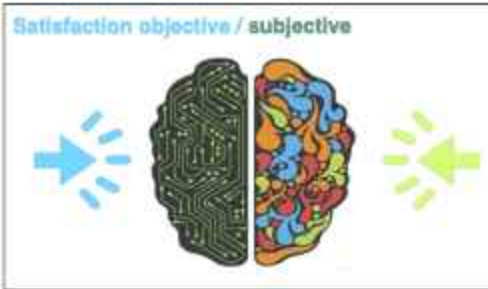
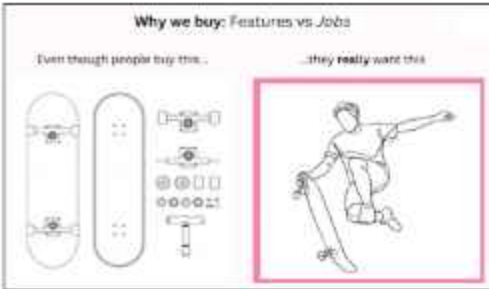
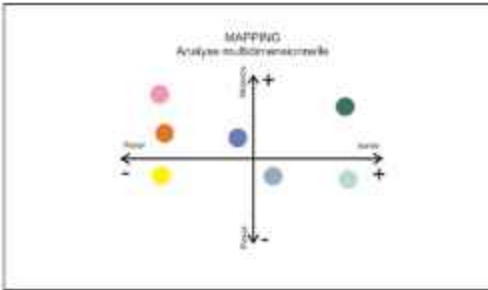
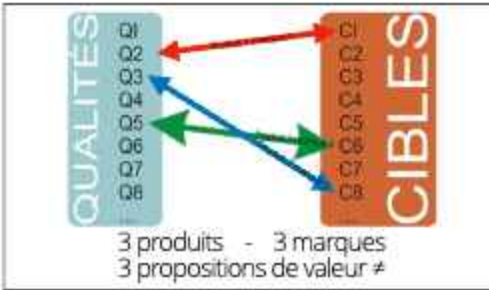
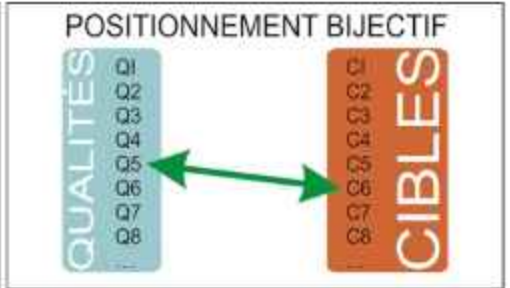
1. La définition de la meilleure définition est la plus pertinente et la plus utile pour les clients et les fournisseurs.
2. La définition de la meilleure définition est la plus pertinente et la plus utile pour les clients et les fournisseurs.
3. La définition de la meilleure définition est la plus pertinente et la plus utile pour les clients et les fournisseurs.
4. La définition de la meilleure définition est la plus pertinente et la plus utile pour les clients et les fournisseurs.



1. "Marketing is a philosophy"
 2. "Spencer de la fin du siècle, il a écrit 'Principles of Marketing' (1878)
 3. "Marketing is the process of determining what to sell, how to sell, and where to sell"
 4. "Marketing is the process of determining what to sell, how to sell, and where to sell"
 5. "Marketing is the process of determining what to sell, how to sell, and where to sell"
 6. "Marketing is the process of determining what to sell, how to sell, and where to sell"
 7. "Marketing is the process of determining what to sell, how to sell, and where to sell"
 8. "Marketing is the process of determining what to sell, how to sell, and where to sell"
 9. "Marketing is the process of determining what to sell, how to sell, and where to sell"
 10. "Marketing is the process of determining what to sell, how to sell, and where to sell"
 11. "Marketing is the process of determining what to sell, how to sell, and where to sell"
 12. "Marketing is the process of determining what to sell, how to sell, and where to sell"
 13. "Marketing is the process of determining what to sell, how to sell, and where to sell"
 14. "Marketing is the process of determining what to sell, how to sell, and where to sell"
 15. "Marketing is the process of determining what to sell, how to sell, and where to sell"
 16. "Marketing is the process of determining what to sell, how to sell, and where to sell"
 17. "Marketing is the process of determining what to sell, how to sell, and where to sell"
 18. "Marketing is the process of determining what to sell, how to sell, and where to sell"
 19. "Marketing is the process of determining what to sell, how to sell, and where to sell"
 20. "Marketing is the process of determining what to sell, how to sell, and where to sell"



Discipline reine du marketing = Positionnement



Création de Valeur

Satisfaction client
Value proposition
VOC

- PainPoint removal
- + Sweet / Candy
- + Efficace / Économe

Toujours pour le USER

The Battle For Your Mind

AL RIES and JACK TROUT
THE MARKETING GURUS
POSITIONING
THE BATTLE FOR YOUR MIND

Key TakeAways
ce qu'il faut retenir

Adresser une qualité à une cible

Créationisme Ford Model T : à la fois modèle d'innovation et source des maux
Spécialement en rouge, contrairement à l'originalisme de Henry

« TRUTH IS IN THE PRODUCT »

BILL BERNBACH
DOB

THIS PAGE IS INTENTIONALLY LEFT BLANK

Décomposition / Classification du marketing

Technique du marketing

1	2	3
Philosophique vision	Stratégique long terme PM + BP	Opérationnelle court terme PA
0	4	3
-	0	26

Philosophie

1. Consommateur au centre
2. Démocratie marketing

consumer focus
(customer obsession)

Marketing STRATÉGIQUE

Couple produit / marché

Fondamental du marketing
Sert de base à Ansoff
Sert de base au positionnement
Principe de la segmentation

Outil de réflexion universel

Marchés / Clients

Produits / Services / Offres

Marketing Opérationnel

=

26 moyens en 3 catégories EN FUSION
Digital vs. Classique vs. Trade

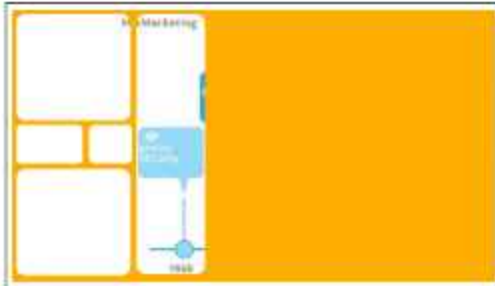
Marketing Opérationnel	26
M Mix	10
Trade / Retail Media	8
Digital M	8

M3 Modern Marketing Model

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

Marketing

1960: 4P (Product, Price, Place, Promotion)
1980: 7P (adding People)
1990: 4C (adding Channels)
2000: 10P (adding Process)
2010: 10P (adding People)
2011: 10P (adding People)
2014: 10P (adding People)
2017: 10P (adding People)



MIX
mmm



Trade/Retail marketing

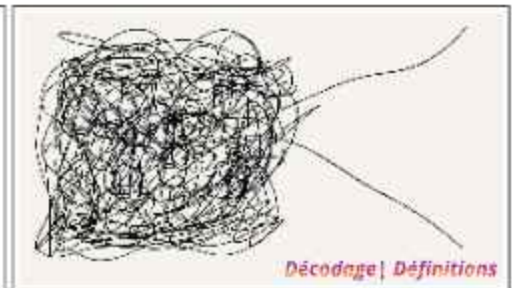
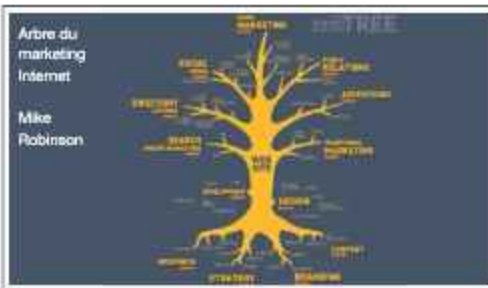
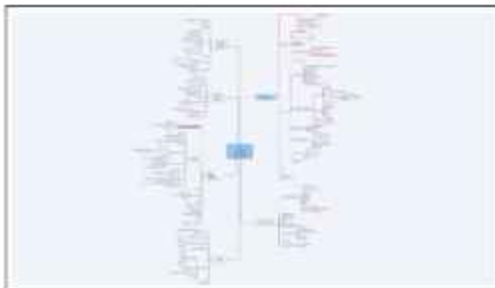
1. FDV
2. Retail Media
3. PIM Product Info Management
4. CGV, EDI, SCM & LOGistique (process)
5. COPromotion, comarketing, coadv
6. LOBBying / Public Relation
7. MERchandising / DOOH
8. Learn Marketing

Digital Marketing

1. Web Management
2. Data & Research management
3. Référencement (SEARCH)
4. Stratégie (M/s/w)
5. Commerce (M/s/w)
6. Publicité (M/s/w)
7. ...
8. ...

Digital Marketing (BIS)

1. Web Management
2. Data & Research management
3. Référencement (SEARCH)
4. Web (Strat, com, pub...)
5. Mobile (Strat, com, pub...)
6. Social (Strat, com, pub...)
7. Metavers (Strat, com, pub...)
8.



XMind 8
coggle
Whimsical



Whimsical



Full Stack



CMDI

SALES + MARKETING =
SMARKETING.

SALES
• "limp-winded"
• "programmatic"
• "bicyclic"

MARKETING
• "art and craft"
• "artisanal"
• "handmade"

CMSDDI

MARKETING
360°
outils | cibles

technology evangelist
full stack marketer
CDDO/ chief digital/data officer
DPO/ Data Protection Officer
professeur d'économie numérique
expert learn marketing, CMI, marcom
everyday writing, coding & programming
entrepreneur / consultant

Yukam@vostrolf.com
@YukamOFF
@vostrolf.com/vostrolf

KERING
MEREDITH Tech-Marketing Project Manager (A.U.C.)

YUKAM

#NOUVELLES
compétences

YEDD | D4R | YAMA | A/BC | S/REP/EL



Économie de la connaissance

Information
connaissance
intelligence
action
humain augmenté

L'intelligence, c'est la faculté d'adaptation
André Gide

TOUJOURS PLUS

+

=

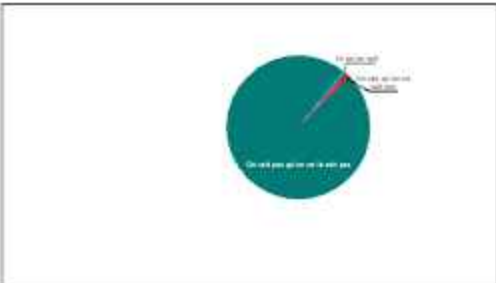
+

Quand on partage un bien tangible, il se divise.

Quand on partage un bien immatériel, il se multiplie.

ADAPTABILITÉ

apprendre à apprendre



FAST & CURIOUS

PROFIL EN T

humanités numériques

numérique

augmentez-vous



G

Act Think Impact