

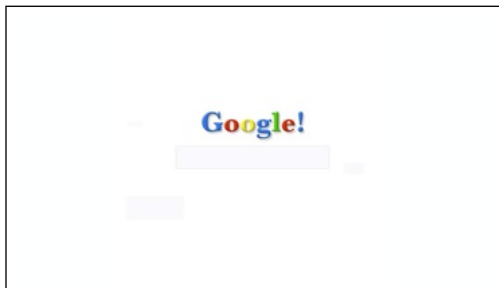


- 
- 1 New Marketing (UX)
  - 2 Décomposition Taxinomie
  - 3 Stratégie - Secret Sauce
  - 4 Plateformisation
  - 5 Content marketing
  - 6 Search & Tech
  - 7 Search & Tech (2)
  - 8 Innovation
  - 9 Social Media & Influence AdTech - USE CASE



**Seo!**  
visibilité

Capacité à être trouvé sur le web, dans l'IA, dans les magasins d'app, sur les réseaux sociaux, dans les boutiques, sur GoogleMaps-Travel-Shopping, sur les podcast, jobboards ...



SEARCH = référencement = SEM

SEO + SEA + ASO + SMO + Local + retail media

→

**SXO / GEO / SGE / SAIO**

**SEO + UX = SXO**  
SEARCH EXPERIENCE OPTIMISATION

<b>SEM</b>				
<b>SEO</b>	<b>vSEO</b>	<b>SEA</b>	<b>SMO</b>	<b>ASO</b>
SERP	YouTube	CPC	Time Line	App Store
Ranking	Watch Time	Bidding	Promo	Rating
Speed	Algorithm	KeyWord	Engage	Review
<b>RETAIL MEDIA</b> Amazon, Cdiscount, Fnac, Shein			<b>LOCAL</b>	
Booking	Podcast	Inventory	OTA travel	LongTail
			MAP	localisation
<b>...SGE</b>				

key word

SGE

SAIO

GEO

Con texte

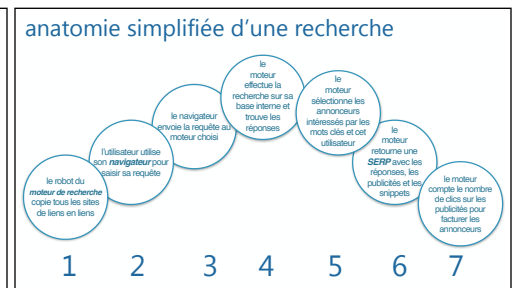
SAIO

mots-clés plus longs et conversationnels

GEO generative engine optimisation

IA générative comprend l'intention de recherche et le contexte d'un utilisateur (ZMOT, micro-nano moment) changements dans les mots-clés que les utilisateurs utilisent.

search artificial intelligence optimization





**SEARCH**  
moteur de recherche  
texte SERP

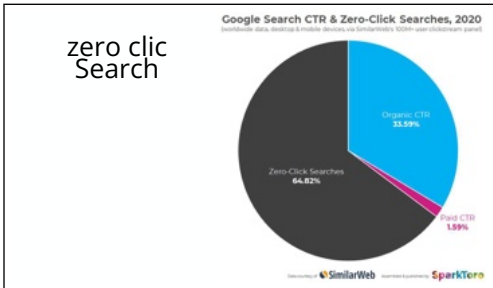
vs.

**PERSONALISATION**  
moteur de PUBLICITÉ  
\$ annuaire \$

**SEARCH**  
moteur de recherche  
texte liste

vs.

**FIND**  
moteur de réponse  
voix



SEA

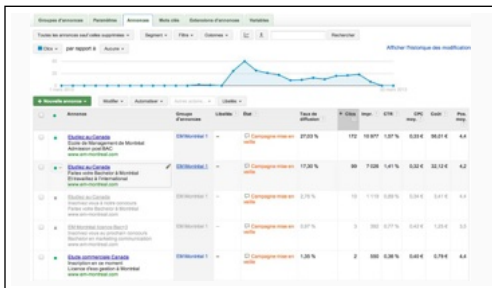
Unboxing Google Ads

SEARCH DISPLAY VIDEO ALL NETWORKS

4/ SEA

Adwords / GoogleAds  
Enchère / Bid  
Capper / Capping

Ad	Advertiser	Ad Type	Impressions	Clicks	CTR	Cost	CPA	Quality Score
...	...	...	...	...	...	...	...	...



4 Business Models

CPC => clics

Impression => CPM

Lead => CPL

Performance / Action => CPA



**1** INFOBÉSITÉ

1 milliard de sites  
2 millions d'APPs  
10 milliards d'interactions sociales / j  
2 millions de e-boutiques  
= une affiche dans le désert

**2** SXO

Texte  
Contenu  
Brand Content  
User eXperience  
ZMOT  
Micro Moment  
Réputation  
Confiance  
OnPage / OffPage

**3** KPI

Visateur Unique (VU)  
Engagement  
Traction  
Clic  
PdM  
ROI

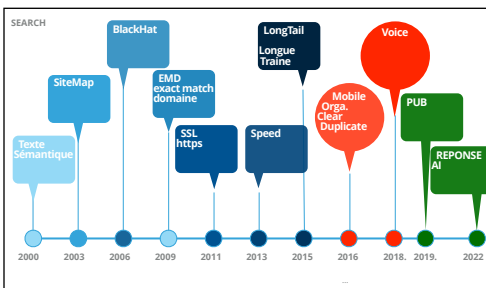
**TECH**

semantic  
SSL  
META CODE  
sitemap  
EMD  
RWD AMP

+

**EXPÉRIENCE SXO**

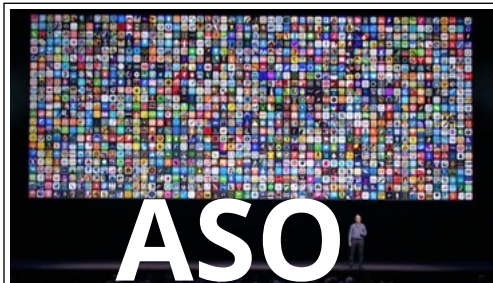
speed  
organisation  
duplicate  
Mobile  
AMP  
UX



Common Crawl

maintains a free, open repository of web crawl data that can be used by anyone.

<https://commoncrawl.org/>



### ASO

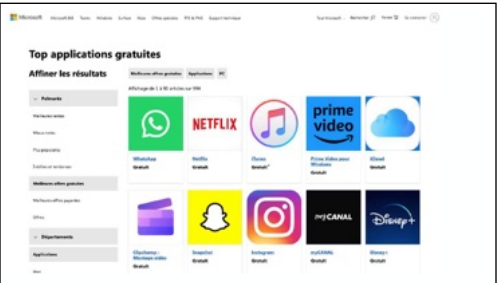
Ranking depends on :

- App name ou App title
- App URL
- App subtitle ou Short description ou Long description
- Keyword field
- In-app purchase
- In-app events
- Ratings and reviews
- Updates
- Downloads and engagement
- Informations diverses et parfois cachées aux utilisateurs

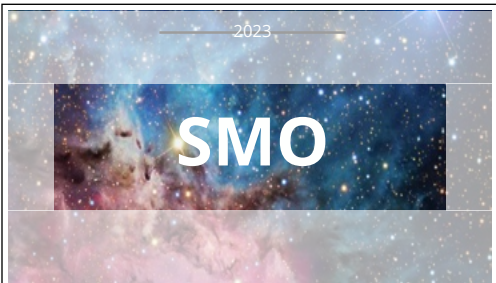
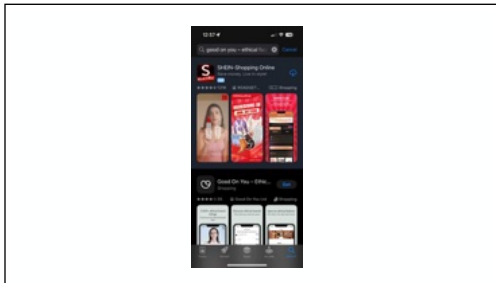
Update & Comment

### ASO

App radar : <https://appradar.com/>  
 App Annie -> [data.ai](https://www.data.ai/en/)  
 Download Stats : <https://www.data.ai/en/>



Downloads in Q1-Q2 2023		Year-over-Year Download Growth in Q1-Q2 2023	
App	Q1-Q2 2023	App	YOY Growth
1. Temu	+48%	1. #1 Temu	+48%
2. SHEIN	+1%	2. #3 Man E. Lactaris	+1%
3. Hoot E. Lactaris	+1%	3. #8 Action	+1%
4. Vinted	-2%	4. #2 SHEIN	+1%
5. Lalamove	-1%	5. #1 Comalbur	+1%
6. Amazon	-2%	6. #22 Protonmail	+107%
7. Lufi Plus	+4%	7. #10 Dima Intermarkta	+1%
8. Action	+1%	8. #31 Seleny	+1%
9. Comalbur	+1%	9. #54 Jerryflyer	+1%
10. AllExpress	-4%	10. #139 Fitness Park App	+4%



### SMO

**EdgeRank** algorithme qui décide l'affichage sur le fil d'acte des fans et friends (FaceBook)

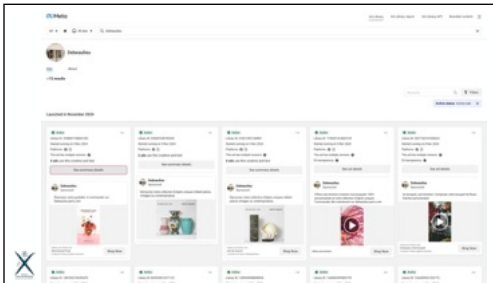
**Auteur** réputation de l'émetteur (pro/ami)

**Moment** heure du post

**Contenu** type de publication (texte, statut, photo, event, live, vidéo...)

**Interaction** réactions sur ce post et les précédents

**Reach** nb personnes exposées / followers

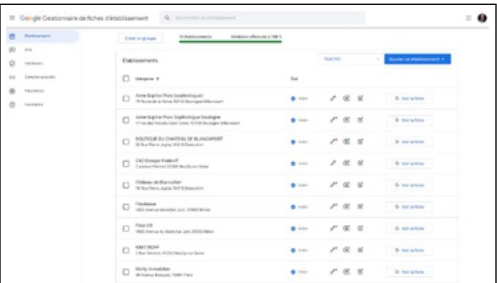


### SMO

Maximiser le temps passé sur une APP

Temps de visionnage d'une vidéo

Un partage = 5 like = 3 commentaire



### Definition Retail Media

consiste à utiliser les **espaces médias** des détaillants (point de vente, distributeur, retailer...) pour atteindre les consommateurs pendant leur parcours d'achat, que ce soit en magasin physique (off site) ou en ligne (on site)

**Définition Retail Media**

formats tels que les écrans vidéo, les étiquettes numériques, les affiches interactives, les bornes, les bannières sur les sites marchands ou les newsletters.

Le retail media permet aux marques (annonceurs, industriels...) d'atteindre les consommateurs au moment même de l'acte d'achat et de les influencer dans leur choix

**Définition Retail Media**

Pub financée par les marques (industriel annonceur) et diffusée par les distributeurs (enseigne retail) ancien stop rayon PLV leaflet catalogue affiche sur le chariot \ migre de l'affiche parking au chariot ou rayon au mobile du client.

infinity : 17e encarté monop fran ite casino = extension audience = look alike audiences = pour optimiser plan media = open web VOL video online + display IAB + yt fb snap = precision marketing \ repetition 6 à 8 touchpoint \ persona sur comportement achat \ tjs FPD \

Carrefour links = Critère : 'retail media plateforme' LiveRamp = plateforme d'insights donc de DATA = accès à la donnée en temps réel avec granularité à 1'15" au jour le jour + insight pour affiner les persona et les DSP = accès self service sur les plateformes

ON SITE = sur les websites

uplift = augmentation des ventes = sur carrefour.fr

reach mini 1 million d'impressions pour être statistique bon

construire les audience

nouvelle forme de adtech inventée par amazon en copiant google en 2010 produit sponsorisés = sponsor search = mm marketing mix modeling optimisation des investissements media communication marketing

**Retail Media**

dernier né de la famille search, publicité, AdTech, data(FPD)

Au milieu de plusieurs catégories

**Différents points de vues du Retail Media**

Pour un **retailer** : valorisation des assets - websites, points de vente, APP, parking, **data**...

Pour une **marque/industriel** : une autre façon d'annoncer, de négocier, de se développer, de connaître

Pour les **consommateurs** : coupon, remise

SEM SEARCH référencement

SXO SGE

HTML // CSS JS <HEAD - BODY>

Google Analytics 4

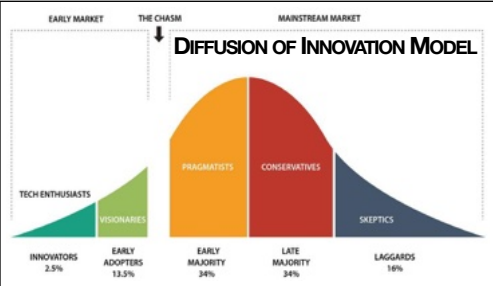
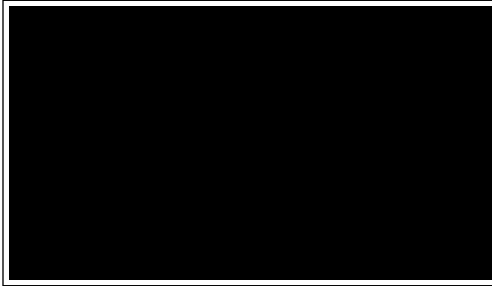
COCON SEMANTIQUE

SMO

SEO & SAIO + SEA + ASO + SMO + Local + retail media

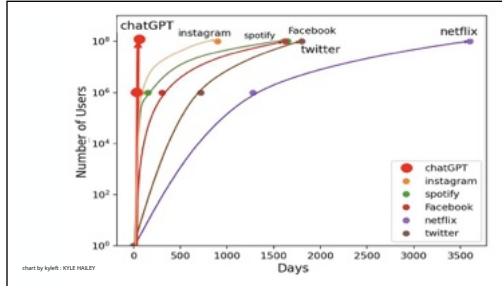
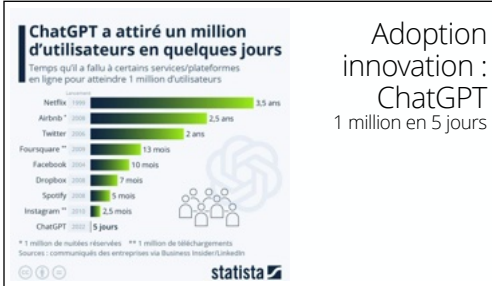
COOKIELESS

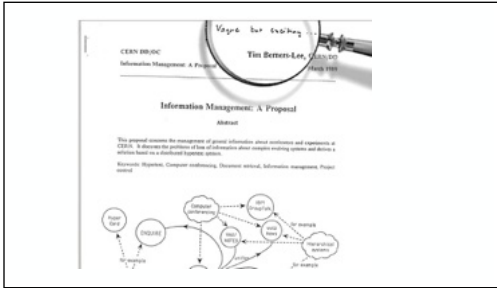
ASO



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

William Ford Gibson (1948)  
cyberspace noir prophet





# NBIC

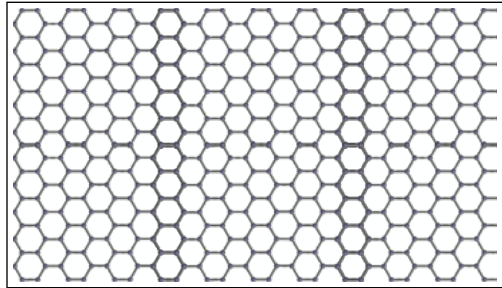
**NBIC**

**Nano** (techno, petits matériaux 10<sup>-9</sup>, LK99, graphène, H)

**Bio** (techno, mimétisme, blob, axolotl)

**Informatique** (IOT, 3Dprint, Additiv, Blockchain, Quantique, Algorithme, cybersécurité)

**Cognitif** (IOB, IA, ML, MOOC, edTech, apprentissage adaptatif, SGE, )



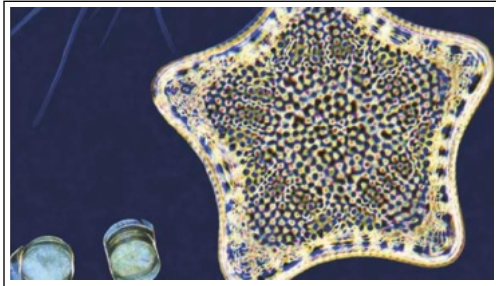
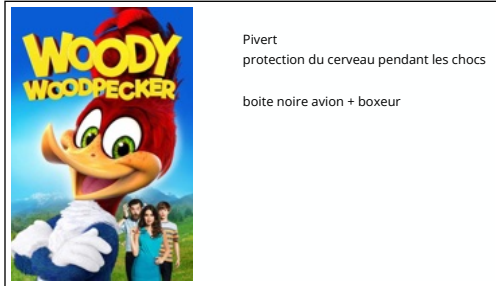
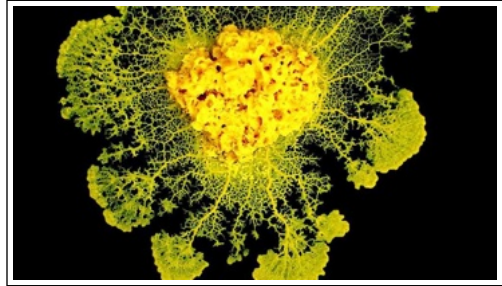
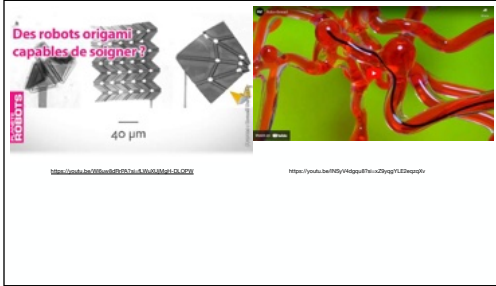
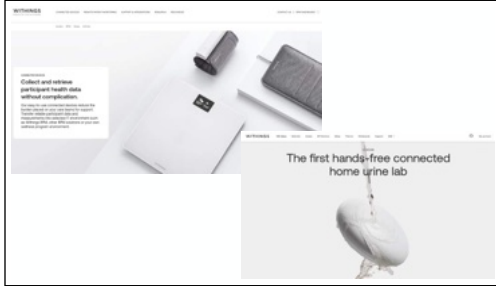
**FUTURA SCIENCES**

**Le graphène, un matériau miracle**

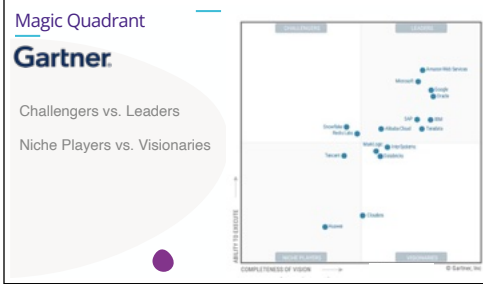
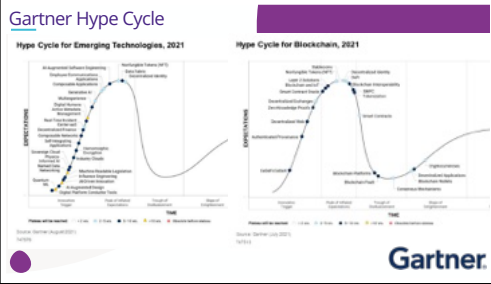
Des travaux en laboratoire montrent que des transistors en graphène sont potentiellement capables de détrôner les transistors en silicium, ouvrant la voie à des ordinateurs plus performants car plus rapides et plus petits. Étant pratiquement transparent et aussi bon conducteur que le cuivre, le graphène 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. Meux, des connexions, là aussi de nature analogique et mathématique, avec des calculs en théorie des cordes, sont étudiées.



# THE NEXT BIG THING



- ### WorkShop
- ## Les 9 tendances technologiques Gartner
- 1/ L'Internet des comportements «Internet of Behaviors» qui découle de l' « Internet of Things »
  - 2/ L'expérience totale : multixpérience (MX), l'expérience client (CX), l'expérience employé (EX)
  - 3/ L'agilité des entreprises
  - 4/ L'ingénierie de l'intelligence artificielle
  - 5/ L'hyper-automatisation est l'idée que tout ce qui peut être automatisé dans une organisation
  - 6/ Le cloud distribué
  - 7/ Les opérations en tout lieu
  - 8/ Cybersécurité
  - 9/ Vie privée informatique

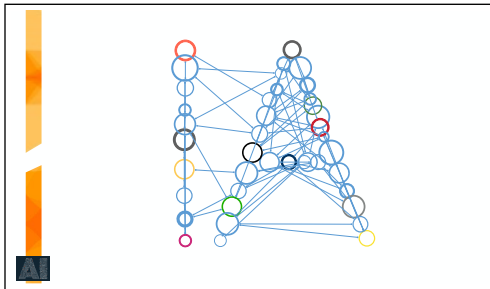
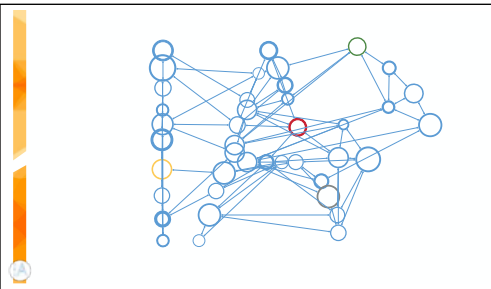
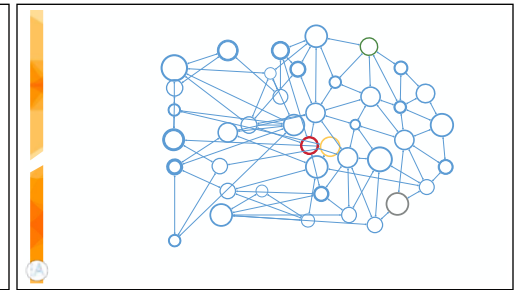
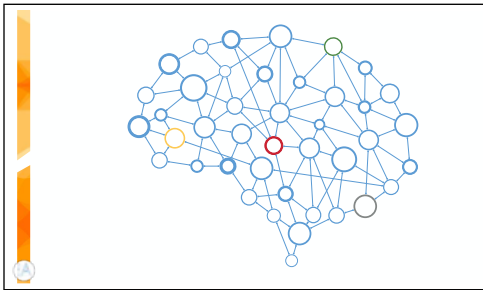
### WorkShop

## Les 9 tendances technologiques

People centricity	Location independence	Resilient delivery
Interest of Behaviors	Distributed cloud	Intelligent composable Business
Total experience strategy	Anywhere operations	AI engineering
Privacy enhancing computing	Cybersecurity mesh	Hyperautomation

Combinatorial innovation

# Intelligence artificielle

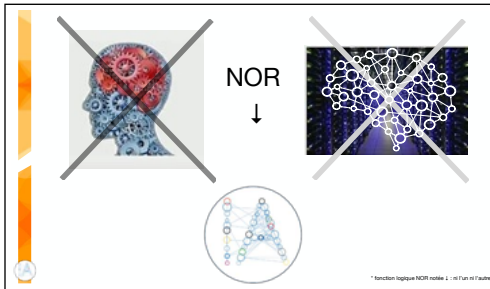
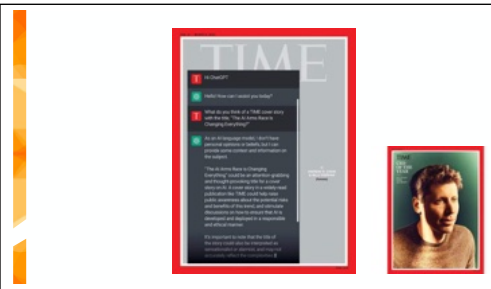


business intelligence (BI)  
marketing intelligence (MI)  
technology intelligence  
competitive intelligence  
media/market intelligence  
open source intelligence OSINT

...ARTIFICIAL INTELLIGENCE

MI - OS - OSINT et Intelligence & Insight

- .com moment
  - iPhone moment
  - AI moment\*
  - ... BOT moment?
- \* February 2023 by Johan Huang, HBR

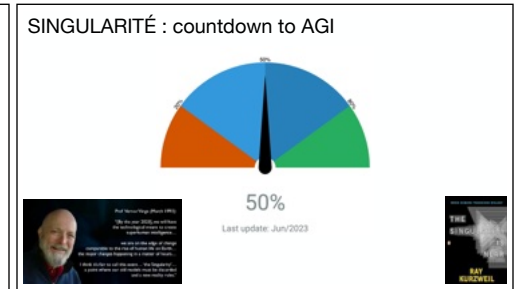


### From Machine Learning to Autonomous Intelligence

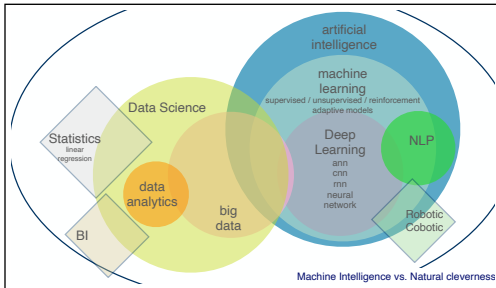
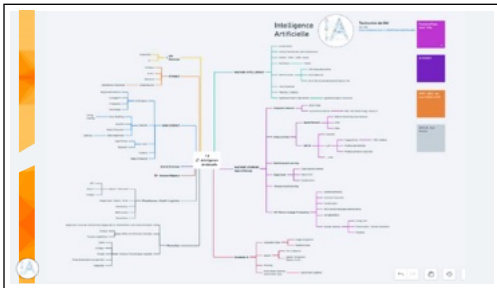
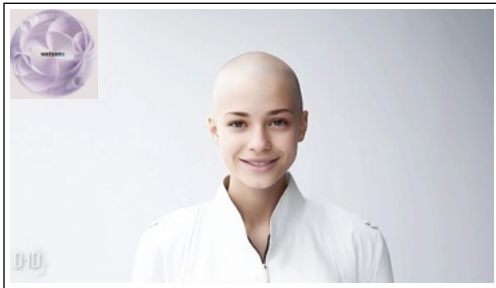
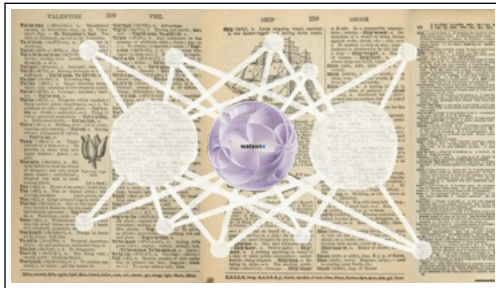
Objective Driven AI: AI systems that can learn, remember, reason, plan, have common sense, yet are steerable and safe

Yann LeCun  
New York University  
Meta - Fundamental AI Research

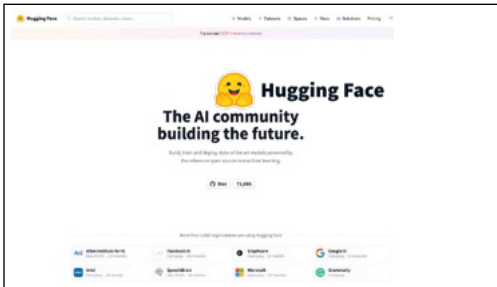
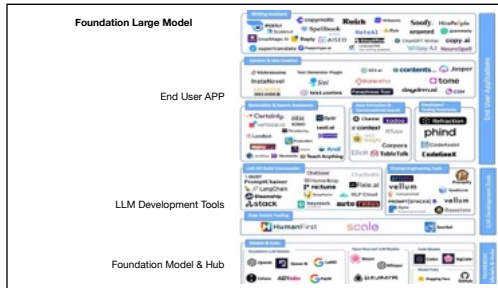
BAW



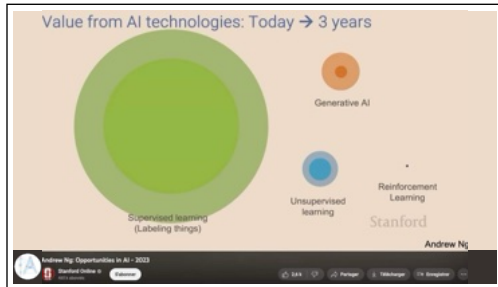
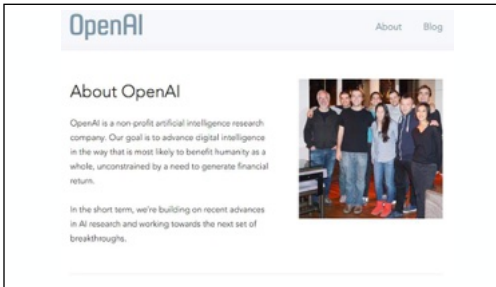
- 1642 Pascaline
- 1943 McCulloch
- 1943 Turing (enigma + test)
- 1956 McCarthy @ dartmouth
- 1960 AI Winter
- 1989 Yann LeCun OCR
- 1993 Singularity V. Vinge
- 1997 Deep blue jeu d'échec
- 2005 Ray Kurzweil Singularity
- 2010 SIRI Luc Julia
- 2011 Jeopardy
- 2014 Google Car
- 2016 Alpha Go Lee Sedol
- 2016 Collège de France YLC
- 2018 OpenAI
- 2022 ChatGPT = GenAI = generative
- 2023 AMZ GOO META MS
- 2023 Bard Duet Midjourney
- 2024 Perplexity + Ministral
- 2025
- 20XX Singularity = AGI
- 2XXX ASI = super

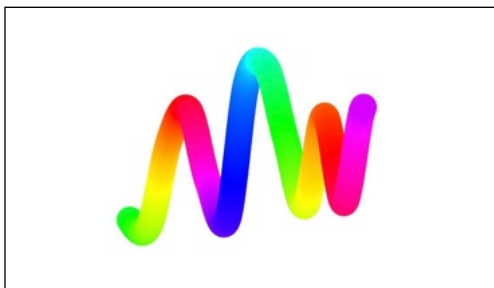
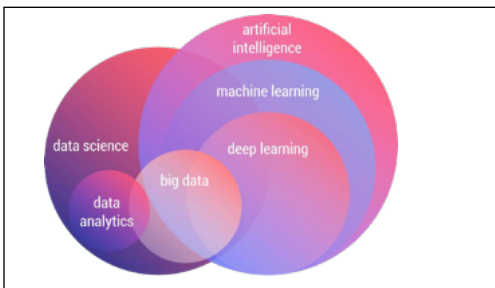
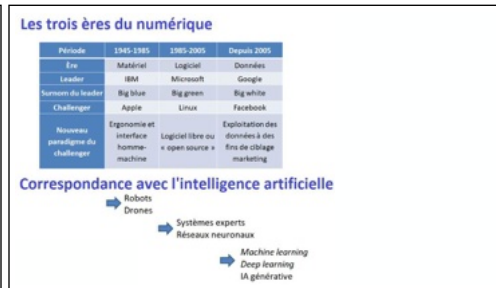
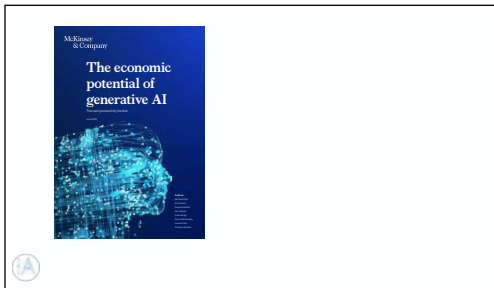
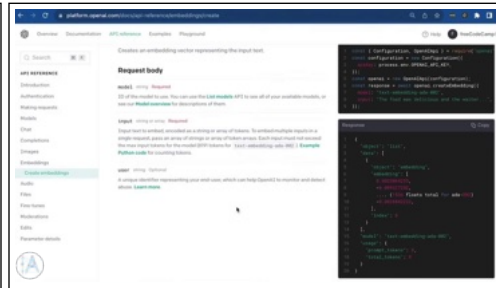
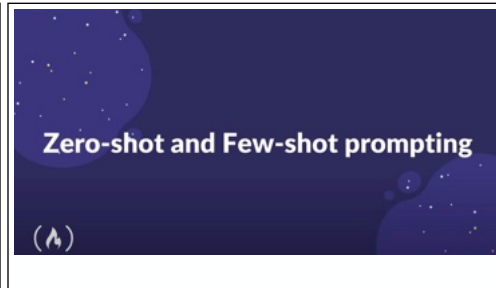
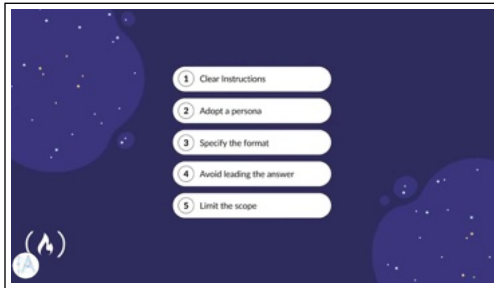


Jensen Hsun HUANG - NVIDIA - GH200 Grass Hopper 200 - super chip



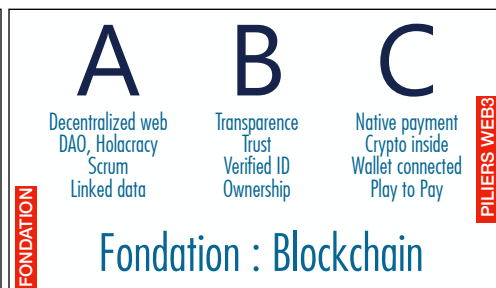
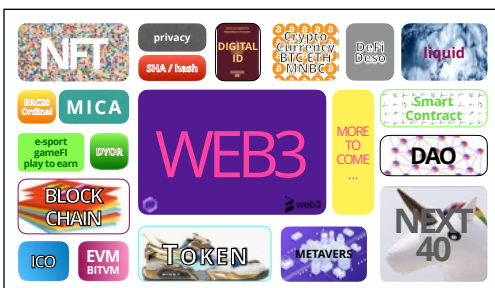
Top 50 GenAI Web Products, By Monthly Visits			
1	OpenAI	AI	OpenAI
2	Anthropic	AI	Anthropic
3	Google	AI	Google
4	Microsoft	AI	Microsoft
5	Meta	AI	Meta
6	IBM	AI	IBM
7	Oracle	AI	Oracle
8	Amazon	AI	Amazon
9	Apple	AI	Apple
10	Microsoft	AI	Microsoft
11	Google	AI	Google
12	IBM	AI	IBM
13	Oracle	AI	Oracle
14	Amazon	AI	Amazon
15	Apple	AI	Apple
16	Microsoft	AI	Microsoft
17	Google	AI	Google
18	IBM	AI	IBM
19	Oracle	AI	Oracle
20	Amazon	AI	Amazon
21	Apple	AI	Apple
22	Microsoft	AI	Microsoft
23	Google	AI	Google
24	IBM	AI	IBM
25	Oracle	AI	Oracle
26	Amazon	AI	Amazon
27	Apple	AI	Apple
28	Microsoft	AI	Microsoft
29	Google	AI	Google
30	IBM	AI	IBM
31	Oracle	AI	Oracle
32	Amazon	AI	Amazon
33	Apple	AI	Apple
34	Microsoft	AI	Microsoft
35	Google	AI	Google
36	IBM	AI	IBM
37	Oracle	AI	Oracle
38	Amazon	AI	Amazon
39	Apple	AI	Apple
40	Microsoft	AI	Microsoft
41	Google	AI	Google
42	IBM	AI	IBM
43	Oracle	AI	Oracle
44	Amazon	AI	Amazon
45	Apple	AI	Apple
46	Microsoft	AI	Microsoft
47	Google	AI	Google
48	IBM	AI	IBM
49	Oracle	AI	Oracle
50	Amazon	AI	Amazon



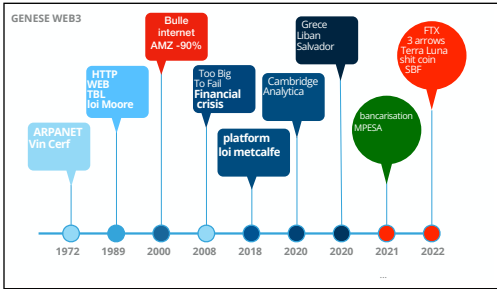


DeFi  
native payment  
Verified-ID  
DAO

WEB3







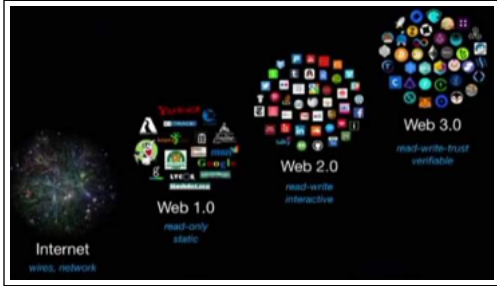
The term "Web3" was coined by Gavin Wood in 2014  
Ethereum & Polkadot founder

« decentralized online ecosystem based on blockchain »

andresen HOROWITZ

Understand the Future, Now

Software is eating the world  
WEB 1.0 → 3.0



HASH (SHA256 calcul)  
clé privée / public  
Tokenisation  
NFT

Blockchain transaction details:

0x98d3926be932D916391F57fbcba578f517CBc

Dropbox | IPFS  
InterPlanetary File System

pasport = objet non fongible = jeton unique = token ≠ image

Zero Knowledge Proof  
WORLD COIN

	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	A la demande ÉCHANGE DE COINETS	Automatique	Confiance ÉCHANGE DE VALEURS
Ressources	Contenus	UGC Contenu Généré par Utilisateurs	Recommandation personnelle	IA
Données	Statistique	Dynamique	Algorithmique	Décentralisée
Producteurs	Éditeur etc. wikipedia	Utilisateur réel etc. FB, TWTR	Utilisateur anonyme	Blockchain etc. oracle, ledger
Type	Partage statique HTML CSS	Réseau interconnecté IPADDRESS	Réseau dynamique API, JSON	IoT / I2P BLOCKCHAIN

1 .com  
2 @social#network  
3 web.3

wikipedia  
instagram  
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

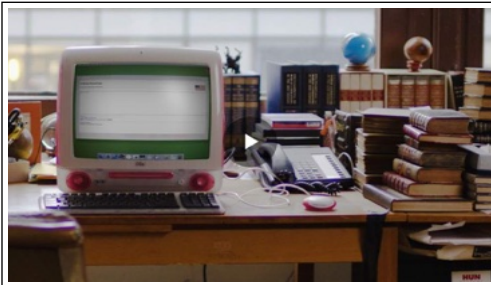
Le WEB3 est :  
plus complexe  
plus technique  
plus codé  
plus acteur

moins assisté  
moins infantilisé  
moins le produit

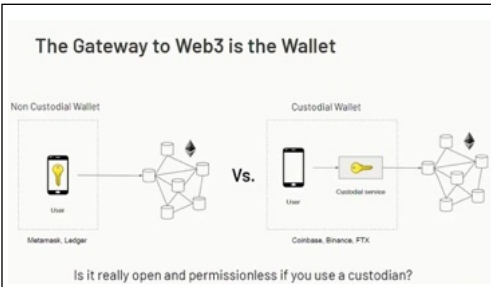
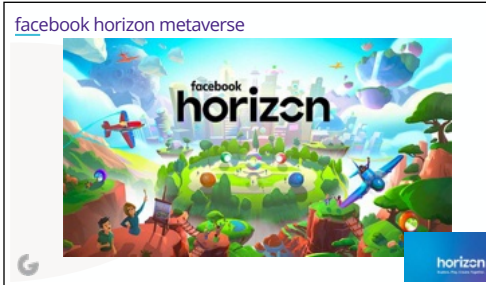
BESOIN DE FORMATION

INTERNET ARCHIVE  
WayBackMachine

Jimmy Wales  
Wikimedia Foundation



[ LEDGER ]



Act  
Think  
Impact

workshop

huberkratiroff

NBIC

Comment inclure les NBIC dans les offres de vos entreprises ?

WEB3 pour vos entreprises et vos offres (value prop)

WEB 3 in our lives our companies our citizenship

GROUP WORKSHOP

«Connect the dots» entre les 3 concepts de la liste et proposer votre point de vue sur les convergences et divergences en 2 à 3 paragraphes (min 150 words).

It's a group work, you can use any tool, including AI, to prepare but during the exercise-test just a single sheet of paper (handwriting only) is allowed.

- GROUP WORKSHOP
- |                   |                |               |
|-------------------|----------------|---------------|
| 1. Strategy       | - AAARRR       | - Lead        |
| 2. SAAS           | - Cloud        | - UX          |
| 3. Zero to One    | - Wearable     | - Rolex       |
| 4. Data Marketing | - Survey       | - Bias        |
| 5. PLG            | - Quality      | - Advertising |
| 6. Persona        | - Market Pull  | - Techno Push |
| 7. Lead Nurturing | - Sales        | - Email       |
| 8. Gafam          | - Batax        | - Next        |
| 9. Ecosystem      | - Platform     | - Cooperation |
| 10. AAARRR        | - UV           | - Cookieless  |
| 11. SQL           | - CRO          | - MQL         |
| 12. VUCA          | - BI           | - SWOT        |
| 13. Positioning   | - Difficult    | - Target      |
| 14. Analysis      | - Goal         | - Strategy    |
| 15. Data          | - MMM          | - Pricing     |
| 16. LTV           | - Rule         | - CAC         |
| 17. Taxonomy      | - Retail Media | - Search      |
| 18. SEO           | - SEA          | - KPI         |
| 19. Reach         | - SMO          | - Time Line   |
| 20. SGE           | - SERP         | - Answer      |

**Picks and Shovels**

NoQueue.cie  
API for UX

API : Interface entre Applications Programmées

Météo Carte Finance ...



**INNOVATION PAPER**

Vous inventez une API qui permet de supprimer les queues et files d'attentes. Votre client vous envoie :

- Le type de convocation (musée, aéroport, gare, vente, médecin ...)
- L'heure de début et de fin
- La liste des personnes convoquées

Vous lui retournez la liste des personnes avec l'horaire précis de convocation

Votre algorithme tient compte des habitudes, des informations tiktok, insta, snapchat, facebook, linkedin, du comportement. Votre machine learning (IA) ajuste les horaires futurs en fonction des heures d'arrivées réelles.

Sur place les personnes sont taguées pour comparer la prévision et la réalité. Ils peuvent aussi, comme dans Waze, déclarer la durée et la taille de la file d'attente.

Tous ces éléments améliorent les futures prédictions.

NoQueue est une plateforme biface, attention au double persona !

Utiliser le format PAPER1 pour rendre votre préconisation en trois parties : (Marketer / Communiquer / Rentabiliser) sans dépasser une page ou 1500 signes

Par mail / en PDF / hubert@kratiroff.com

**ipapi : un outil gratuit pour géolocaliser vos visiteurs en temps réel**  
Fabien Rogier, le 29 octobre 2016

Nous vous présentons régulièrement les différents produits d'ACTthink, cette start-up est en effet spécialisée des API permettant d'automatiser certaines tâches, et de donner de la valeur aux données. Leur dernier ne s'appelle ipapi, et le service permet de géolocaliser les visiteurs grâce à leur adresse IP.

Toutes les datas disponibles grâce aux adresses IP

Des tarifs pour tous les besoins

	Free	Standard	Business	Business Pro
Free features - no restrictions	Basic features - core features and up to 50,000 monthly requests	Our best offer - advanced features and up to 500,000 monthly requests	Professional level - complete set of API features and up to 2 million monthly requests	
	\$0 per month	\$10 per month	\$50 per month	\$100 per month
	50,000 monthly requests	500,000 monthly requests	500,000 monthly requests	2,000,000 monthly requests
	50,000 monthly requests	500,000 monthly requests	500,000 monthly requests	2,000,000 monthly requests

**ifthisisthat**

**twilio**

Build apps that communicate with everyone in the world. Voice & Video, Messaging, and Authentication APIs for every application.

Get a free API key

Lancer l'API qui révolutionne l'UX :  
 fluidité de l'accès aux locaux  
 pas d'attente  
 rapidité du onboarding  
 temps supplémentaire pour achats  
 meilleure UX  
 ...  
 moins de personnel de contrôle  
 travail plus agréable  
 ventes additionnelle

**OBJECTIF VALO : passer de 1 à 500 millions !**

**MAIS**

**l'équipe avant l'idée**

**Les grandes réussites viennent des bonnes équipes qui ont pivoté... plus que des grandes idées !**

**Les VC (venture capitalist) choisissent d'abord l'équipe ... et l'orientent sur un bon projet**

- 1/ Présentation équipe (1mn oral)
- 2/ Persona (1)
- 3/ Carte d'empathie (simple)
- 4/ Parcours client (7j)
- 5/ Product Backlog (10 user stories)
- 6/ Prototype (Marvel App)

**Better done than perfect**

**LIQUID**

**innovation versus progrès**

build 2024

**WHAT TO READ NEXT**

Kai-Fu Lee

**AI SUPER-POWERS CHINA, SILICON VALLEY, AND THE NEW WORLD ORDER** KAI-FU LEE

**AI 2041** CHEN QIUFAN

**\$100 Million Club**

**L'école en quelques chiffres.**

**8** Implantations internationales.

06 25 50 8000  
 143 125 4000  
 46% 500 50  
 2000 250 1000



La responsabilitat Social és el compromís que tenim de contribuir a la millora de la societat mitjançant les nostres activitats i recursos. Aquesta és la nostra manera de treballar i de relacionar-nos amb els nostres interessats i amb la societat.

17 Ave. Paralel Sur - 08002 Gavarró  
182 carrer de Joan Lluís - 08002 Paralel

Act  
Think  
Impact