

GLOSSAIRE

Data

La Data : la donnée, la connaissance du client.

La Big Data : connaître toutes les habitudes de vie et de consommation d'une personne afin de mieux la comprendre et lui proposer le produit qu'elle souhaite...ou qu'elle pourrait éventuellement souhaiter si elle le connaissait...

Pour les GAFAM, la data, c'est leur dada.

Certains affirment que la donnée, c'est le pétrole de demain !

Nous sommes maîtres de nos données, mais nous les donnons (trop ?) facilement sur les réseaux sociaux. Données, elles portent bien leurs noms...

Droits dérivés ou Royalties

Sorry, ce n'est pas le fait d'aller prendre un thé avec la Reine d'Angleterre...

C'est ce que va te rapporter financièrement le produit, le concept, la licence, ou la franchise que tu auras créé...quand d'autres voudront l'exploiter...

C'est le Graal des Créatifs !!

Ainsi Pierre Cardin est un des français les plus célèbres au monde grâce à ses 600 contrats de licence, portant sur son nom !

Pour info, la marque Pierre Cardin bénéficie d'une très grande notoriété en Chine.

Pierre Cardin a ouvert sa propre maison de couture en 1949 et a été le premier couturier occidental à défiler à Pékin en 1979.

(voir Licensing)

NB : En cas d'allers/retours intempestifs entre les termes « Droits Dérivés ou Royalties » et « Licensing », consultez rapidement un médecin.

Expérience Unique

Accueille le consommateur comme tu aimerais être accueilli(e) et fais lui vivre ce que toi, tu aimerais ressentir quand tu entres dans ce magasin et que tu le visites.

Conseil : ne pas appliquer cette consigne en cas de sado-masochisme aigu.

Licensing

Un concept ou une marque très identifiable et novatrice, tu créeras.

De la valeur, tu lui donneras.

Un capital fort autour de cette marque (le Branding) tu sublimeras

... et surtout tu n'oublies pas de déposer le tout à l'INPI.

Tu valides sur le terrain ta création. Certains voudront utiliser cette marque ou ce concept.

Tu vas pouvoir créer une licence ou une franchise afin que d'autres puissent utiliser ton concept ou ta marque (voir Droits Dérivés ou Royalties).

Ainsi, se faire licencier, peut rapporter gros !

Manager

Très lié à la marque employeur...

Il paraît que lorsqu'on démissionne, on veut quitter davantage son manager que son entreprise ! Alors formes toi au Management bienveillant, inspirant, basé sur la confiance, la compétence et l'exemplarité.

Sois juste et légitime et Grand Manager, tu seras.

Es-tu davantage un(e) Manager type Yoda, type Dark Vador ou type Luke ?

A toi de choisir pour que la Force soit avec toi (et avec ton équipe).

Marque Employeur

Terme très tendance.

Pour un dirigeant, c'est faire en sorte que son entreprise soit « modèle » pour les salariés. Ils vivront mieux, seront plus efficaces, plus créatifs, plus positifs... et parleront d'elle « en bien ». Par exemple souvent quand on parle de Google, on parle des conditions de travail exceptionnelles !

Il y a même un label : le « Best Place To Work », le top pour les RH (BPTW)

A l'inverse, pas de chance si tu travailles chez WPTW... mais c'est à toi de « change the world ».

NB : N'oublions pas que « Les salariés heureux font les clients satisfaits »

Océan Bleu

Ca ça en jette dans une discussion autour du business...

En choisissant une stratégie d'Océan Bleu, on choisit de se différencier par l'innovation, certes souvent coûteuse, mais comme le disent les américains « ce qui coûte le plus cher dans l'innovation, c'est de ne pas innover ». L'exemple le plus célèbre: Le smartphone inventé par Apple en 2007 qui révolutionne le téléphone. A l'inverse, l'Océan Rouge est une situation d'hyper-concurrence.

NB : Si tu es un Schtroumpf, t'es dans ton élément....

NB2 : Dans un monde de requins, l'Océan Bleu peut s'avérer nécessaire

Parrainage TV

En début ou en fin d'émission ou de vidéo, une société va parrainer (ça fait plus cool que « sponsoriser »), moyennant une somme, le programme météo, une série, une vidéo, etc...

Retailtainment

Mot valise pour augmenter son bagage intellectuel.....

Contraction de RETAIL (Commerce) et d'ENTERTAINMENT (divertissement) car l'essentiel est que le client prenne du plaisir dans son expérience d'achat.

N'oublies pas, le client est un vrai ROI.....(Return on Investment)

Résilience

Warning : Mot très tendance, presque trendsetter...

Retiens bien la phrase de Nelson Mandela qui illustre parfaitement la Résilience :

« Je ne perds jamais, soit je gagne, soit j'apprends ».

Pour faire simple, analyses tes erreurs et sers t'en pour mieux rebondir...

Conseil : Essayes le trampoline - « Tu te trompes mais (pas grave), tu fais du trampoline..we're out »

Top Of Mind

Tu as 10 secondes pour me donner une marque de radio ? Alors.....si tu as répondu une radio avec 3 lettres (type allographe...ça fait intelligent, comme mot), cette radio est très « top of mind » car même si elle n'est pas la radio ayant la plus forte audience de France, elle a réussi à être très présente dans ton esprit.

Conseil : Fais ce test avec ton et ta « chéri(e) », gardes toute ton énergie et tu verras, c'est très fun...

Win Win

Tu es un winner, Serge !

Pars du principe qu'en négociation, tu dois convaincre mais aussi co-vaincre. Afin de pérenniser une relation, chacun doit avoir le sentiment d'avoir obtenu quelque chose...au sinon il y aura frustration et aucun suivi de la relation commerciale...avec le sentiment de «s'être fait voir». Comme disaient les Romains : «fais en sorte que le vaincu soit fier de t'avoir pour vainqueur».