

GRISBY MAG'

Novembre 2022

« Les entrepreneurs ça ose tout, c'est même à ça qu'on les reconnaît. »

N°46

SPÉCIAL
PATRIMOINE

Et aussi

HIGHLANDER



GRISBY QUIZZ

Ton biz' est-il intemporel ?

U TALKIN' TO ME ?



BUSINESS\$ NEWS
« Actus réseau »



PAPYRUS COMPANY LTD

C'est une bonne situation ça...?



(Dr Biz
& Mister Ness

« Business en masse à
tous les étages »
p.4

grisby
.news

Disponible en ligne
Web Friendly

Créated
Carburated
& Imprimed

by

LA FIRME

Stéphanie Make History !

« Quoi ? De vieux documents recouverts de poussière et quasi irrécupérables... ?
J'arrive !!! »



Toute cette papyrasse administrative, certes un peu conséquente mais bigrement précieuse à exploiter. Je chante l'archive, je danse l'archive !

En commençant à réfléchir patrimoine, culture et tout ça, on s'est demandé quel était le plus vieux truc construit par l'hominidé qui avait carrément de la gueule. Certes le château de Versailles ou le Ceasars Palace à Vegas (surtout bien prononcer « Sizeeeurssse »), c'est carrément du lourd. Mais on a continué à dénouer la pelote du temps et à chafouiner dans les moindres recoins de l'Histoire avec un grand H. Et faut avouer que ça se bouscule pas mal. Cathédrales, Colisée, temples en tout genre, y'a du choix. Et là bim, on tombe sur le must du game. Les trucs pointus là... les pyramides !!!

Les mecs clairement y bricolaient pas à base de tutos YouTubeques et devaient pas se coltiner le cours du jeudi soir « Vis à têtes fraisées, trucs et astuces » chez Bricoboy. On n'est pas sur du bricolage à papa avec 3 planches de bois et 2 clous rouillés pour construire des tipis miteux qui prennent l'air, l'humidité et la flotte, favorisant ainsi la transmission du chikungunya et autres miasmes bien vénères de l'antiquité.

Non là, on joue dans la ligue la plus balaise, avec de la technique architecturale classieuse et de l'esprit directement connecté au divin.

Et c'est là que notre star du mois intervient, en mode furet pour dénicher, collecter et dépoussiérer tous les docs permettant de mettre en lumière le savoir-faire de ces gars en pagnes de lin et sandalettes tressées mais malgré tout plutôt déter'.

Bon ok, on a pris un exemple costaud, quitte à forcer un poil le hiéroglyphe, mais c'est pour mieux vous faire rentrer dans la caboche toute la puissance du travail de Stéphanie.

Dans une époque où la story Instagram la plus badass a une durée d'existence effective limitée à environ 3 secondes 28, ça fait du bien d'avoir quelqu'un qui n'hésite pas à remonter le temps pour nous faire profiter de merveilles enfouies et poussiéreuses qui ne demandent qu'à être exposées au grand jour devant nos pupilles ébahies.

Bosser avec Stéphanie, c'est un peu comme faire gaiement crisser les pneus d'une DeLorean et faire hurler le moteur jusqu'à atteindre les fameux 88 miles à l'heure pour atterir dans l'époque de votre choix. Perso, à la rédac' on a une petite faiblesse pour le Moyen-Âge avec ses joyusetés du style pont-levis, louis d'or, hallebardes bien massives et autres balnéothérapies à base d'huile bouillante. Mais bon, les goûts et les couleurs... chacun son truc !

Ce qui est surtout intéressant, c'est que tout ceci s'applique avec délectation et rentabilité sur nos business respectifs. Avoir du biscuit pour mettre en avant tout l'historique de votre boîte et en faire un trésor à exploiter en termes de marketing, communication, fidélisation, prospection... Il y a plus de 2.000 ans, un certain « Résousse » se lançait en micro-entreprise dans le BTP.

Aujourd'hui, on connaît le résultat !

Infos-clés



3.542

Anecdotes

Et autres histoires collectées, triées et classées

5,0

Sur Google

Dans le milieu, ça s'appelle un « perfect » !

Stéphanie en ligne

www.s-toria.com

SOCIAL MEDIA**Priorité des marketeurs en 2023 !**

Avec la suppression des cookies tiers, 70% des annonceurs estiment que la publicité numérique va faire un pas en arrière. Il faut trouver des stratégies alternatives.

300 milliards \$ de dépenses publicitaires mondiales sur les réseaux sociaux sont attendues en 2023, soit une augmentation de 33% en deux ans.

85% des marketeurs souhaitent sortir de leur zone de confort et explorer de nouveaux canaux marketing et des stratégies innovantes, notamment sur les réseaux sociaux.

Dans « State of Inbound Marketing Trends », HubSpot révèle que les réseaux sociaux sont devenus le principal canal marketing en 2022 (44%), suivis par le site web / blog (36%), l'email marketing (35%) et le marketing de contenu (32%).

64% c'est le ROI généré par l'influence qui fait partie des 3 canaux marketing qui génèrent le ROI le plus élevé après le paid social media (65%) et avant le SEO (56,5%).

73% des marketeurs français prévoient au moins de maintenir leurs dépenses par rapport à l'année dernière.

Sources : Optimum / Accenture / LinkedIn Yougouv / Les Echos / Webmarketing / The macro marketing Report 2022 / Hupspot.

LE LIVRE DU MOIS**Du riffi dans les cases bleues du Monopoly !**

Sortie le 5 octobre 2022, je l'ai dévoré en un seul trajet de train Paris / Toulouse. Une enquête menée par deux journalistes, qui nous plongent dans les coulisses et les secrets des grandes familles du capitalisme français. On y découvre l'envers du décor ou pour certains l'enfer du décor de la transmission d'entreprise.

À chaque famille sa saga. Il n'y a pas de schéma. La série « Succession » fait le buzz sur le petit écran, mais dans ce livre la réalité dépasse la fiction.

BANANAAA !!!**Minions story !**

Les Minions, les petits bonhommes jaunes les plus débileux du game sont en réalité de terribles machines à cash et rapportent de l'argent en masse à leur proprio !

Voici l'exemple d'une stratégie « social média » performante :

« Gentleminions » est une tendance née sur Internet qui a vu le jour avant la sortie du film d'Universal Minions 2 en juillet 2022. Des adolescents se revêtaient de leur plus beau costard pour aller voir le film au cinéma.

C'est une publication TikTok de James Normandy qui a lancé la tendance. Il cumule près d'un million de j'aime et 7,4 millions de vues. Le terme Gentleminions a été mentionné 42 600 fois en 2022 et a généré 13,7 millions d'engagements.

Universal a prêté attention à cette tendance et y a donné suite en y faisant référence sur les réseaux sociaux officiels du film, une réaction qui a suscité encore plus d'enthousiasme. Toute cette énergie a été récompensée.

Le film a généré plus de 700 millions de dollars dans le monde entier et a établi le record de la sortie la plus réussie un 4 juillet. En s'associant à la tendance en ligne, Universal a obtenu des résultats concrets et surtout... bien juteux !

Raphaëlle Bacqué
Vanessa Schneider

Successions
L'argent, le sang et les larmes

**L'univers impitoyable
des grandes familles**

**GRISBY
QUIZZ****Ton biz est-il
? intemporel ?****n°1**

La plus grande force
de ton business ?

- a Mes bons plans de marlou
- b Sa marge nette
- c Sa « Story » !

n°2

À côté de ton logo,
il est inscrit...

- a Heu, rien...
- b Trademark ®
- c « Since 1882 »

n°3

Avec quoi acceptes-tu
d'être payé ?

- a Petites coupures only !
- b Virement c'est nickel
- c Tout, même des sesterces

n°4

Ton modèle en termes
de biz' qui dure ?

- a Tonton Marcel, increvable
- b Disney, une cash machine
- c Jésus, 2.000 ans au top !

LA QUESTION BONUX

Le siège social le plus
classieux de tous les temps ?

- a Le bar PMU de Belleville
- b Le Googleplex, California
- c Le château de Versailles

Admire ton résultat sur
lafirme.biz/grisby-quizz

\$\$\$

Dr Biz & Mr Ness

\$\$\$

----- BORDEAUX - JEUDI 17/11 -----



News dans le tuyau

-\$- Pour faire le plein de fuel -\$-



-\$- Agenda & Newsletter -\$-



-\$- « Tu veux du bif', checke ton débrief' ! » -\$-



-\$- Lyon Power -\$-



-\$- Bordeaux Power -\$-



www.lafirme.biz



Sponsored by



TRYPTYQUE

