

EXPÉRIENCE CLIENT

Pour offrir une expérience client mémorable, ne vendez pas seulement un produit ou un service : faites vivre un moment unique. Pine & Gilmore identifient quatre leviers essentiels pour ce faire :

- **Divertissement** : capter l'attention et amuser grâce à un moment plaisant
- **Éducation** : apporter un apprentissage ou de nouvelles connaissances qui enrichissent l'expérience
- **Évasion** : plonger la personne dans un univers qui la transporte et lui fait oublier son quotidien
- **Esthétique** : stimuler les sens par le design, l'harmonie visuelle, les sons, les odeurs ou les textures



© Perrier Jablonski

Un exemple concret : Starbucks !

Divertissement : le prénom mal orthographié sur son café

Éducation : signalétique présentant les divers cafés et méthodes de torréfaction

Évasion : un « troisième lieu », ni à la maison, ni au bureau

Esthétique : design, odeurs et musique créent une ambiance unique (Starbucks à Milan)

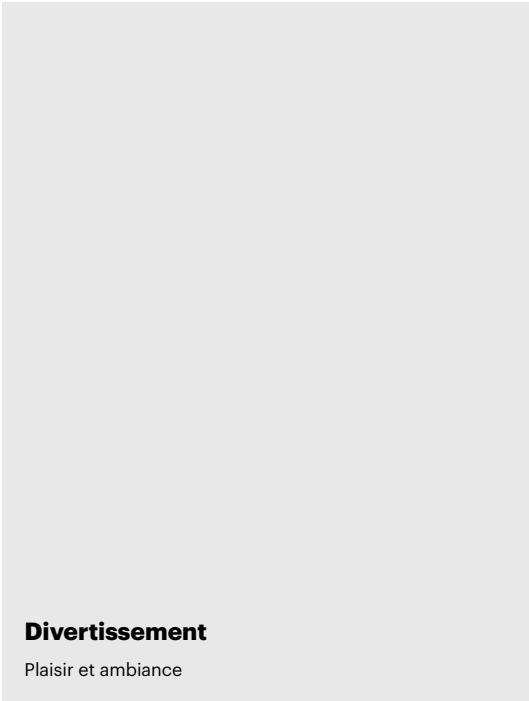
À qui doit-on l'outil ?

Créé par B. Joseph Pine II et James H. Gilmore dans *The Experience Economy* (1999), cet outil montre comment transformer une offre en expérience mémorable, grâce à quatre dimensions : divertissement, éducation, évocation et esthétique.

À VOUS DE JOUER!

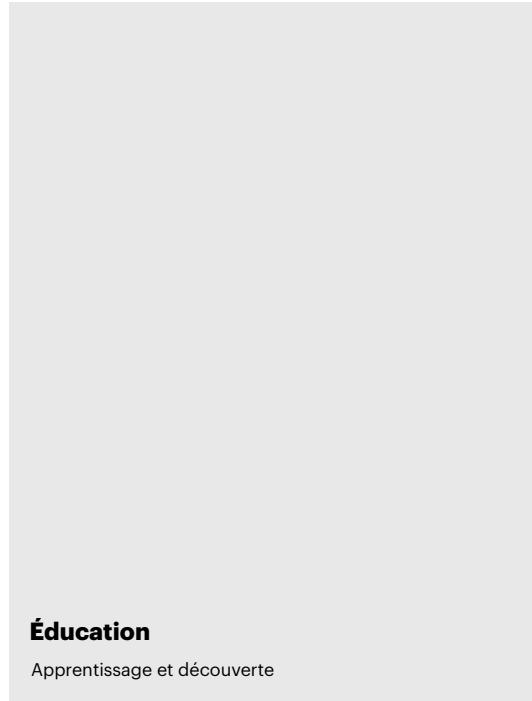


Pensez à une initiative et enrichissez-la de façon à intégrer davantage les quatre dimensions de l'expérience client : divertissement, éducation, évasion et esthétique. Il est normal qu'une dimension domine, pourvu que toutes soient présentes.



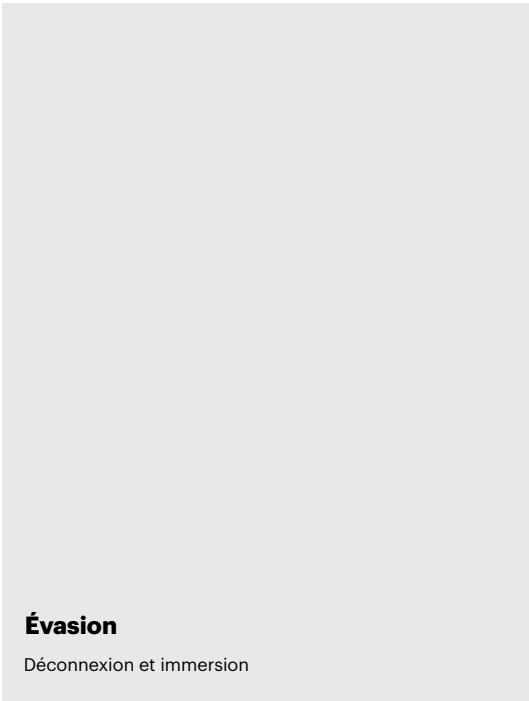
Divertissement

Plaisir et ambiance



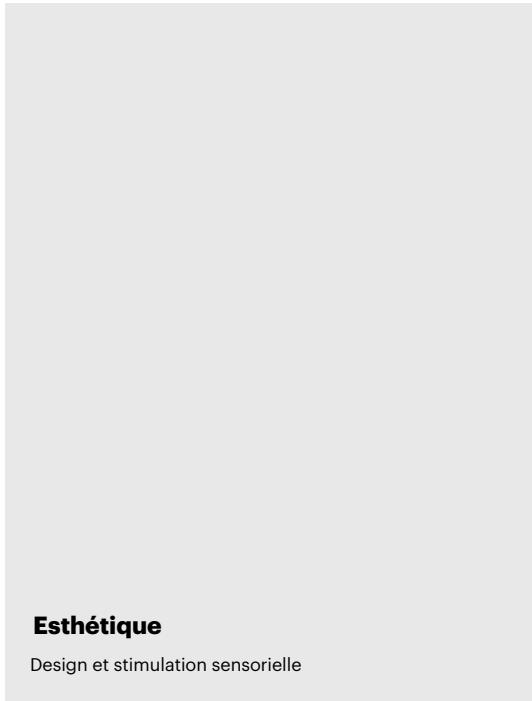
Éducation

Apprentissage et découverte



Évasion

Déconnexion et immersion



Esthétique

Design et stimulation sensorielle