Expérience et relation client

Christophe @benavent
Professeur à l'Université Paris Ouest

Convention AMARC – 12 avril 2013

paolomargari.it

Sommaire

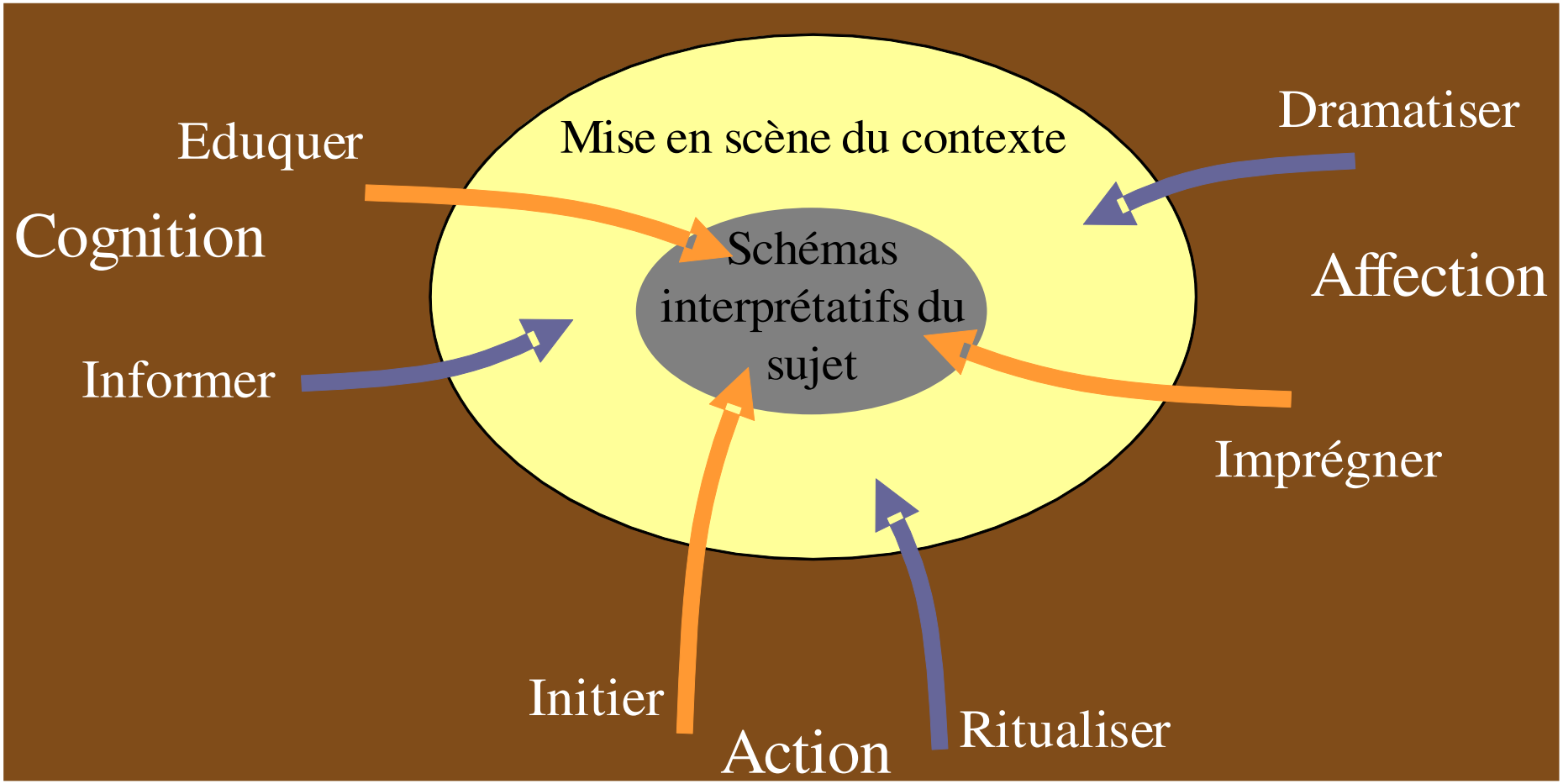
- Concept d'expérience en marketing
  - Fun, feeling and fantasies
- La relation et les interactions
  - Le sens et l'action
- L'expérience digitale
  - Vivre avec les machines
- L'expérience de l'injustice
  - Se raconter des histoires

Des définitions...

- the sum of all experiences a customer has with a supplier of goods and services, over the duration of their relationship with that supplier. From awareness, discovery, attraction, interaction, purchase, use, cultivation and advocacy.
- L’expérience client désigne l’ensemble des émotions et sentiments ressentis par un client avant, pendant et après l’achat d’un produit ou service. L’expérience client est donc une somme complexe d’éléments hétérogènes (ton publicitaire, ambiance point de vente, relation vendeur, expérience d’usage, relation support client, etc.)
- ….

Les leviers de l'expérience

(Hirschmann & Holbrook : fantasies,feeling and fun 1983)

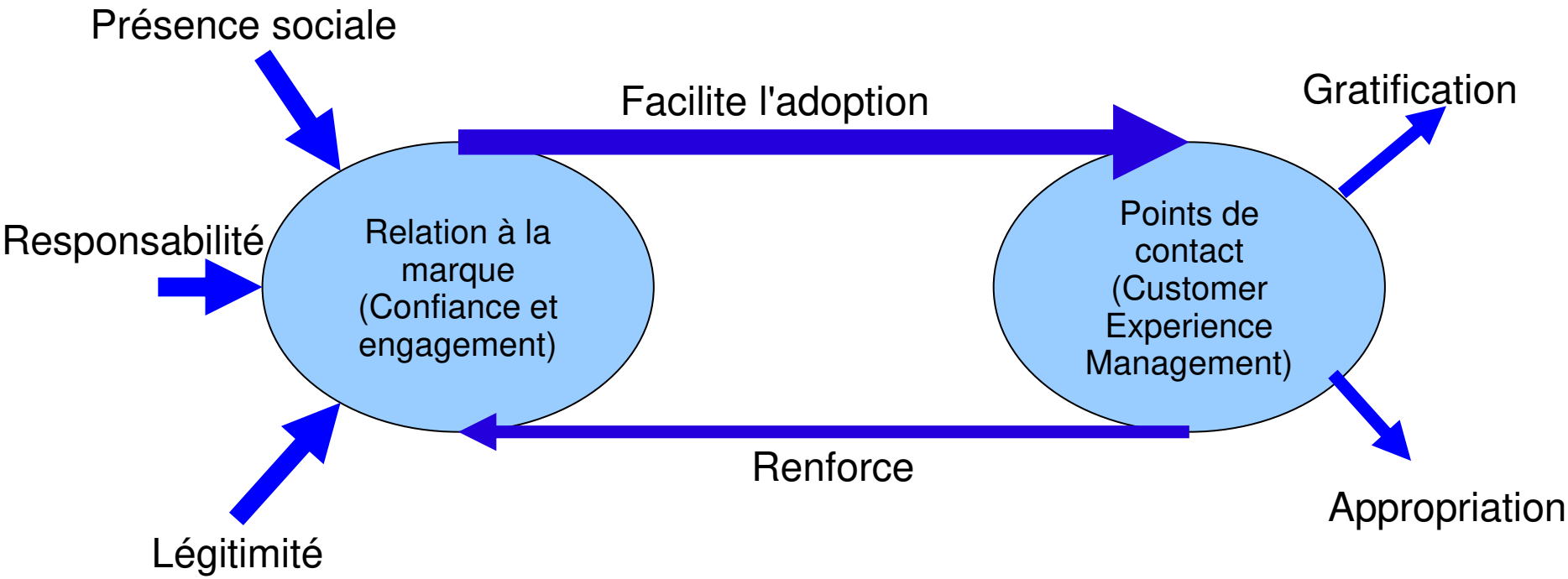


6
SAVE
SAVE
8
SAVE

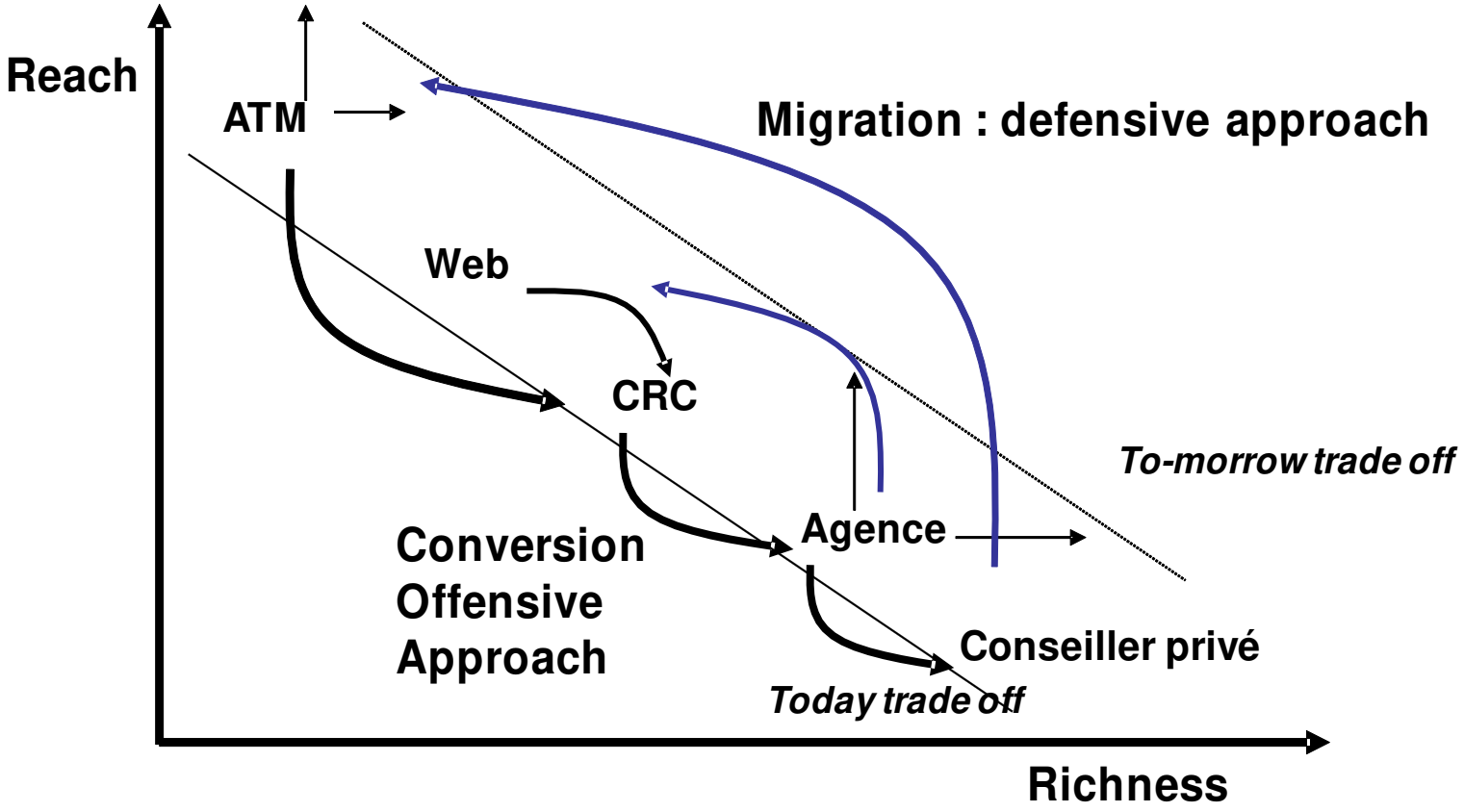
Le concept d'expérience

- S'oppose au processus de traitement de l'information et de prise de décision :
  - *La production de l'expérience*
- Centrage sur la subjectivité :
  - *Le sens et l'affect*
- Un dimension sociale et culturelle
  - *Communauté et langage*
- Des consommation addictives
  - *Du vin au jeu*
- Le focus sur la gratification
  - *Du plaisir à la transformation*

Relation et interactions



Parcours client
The reach/reachness model

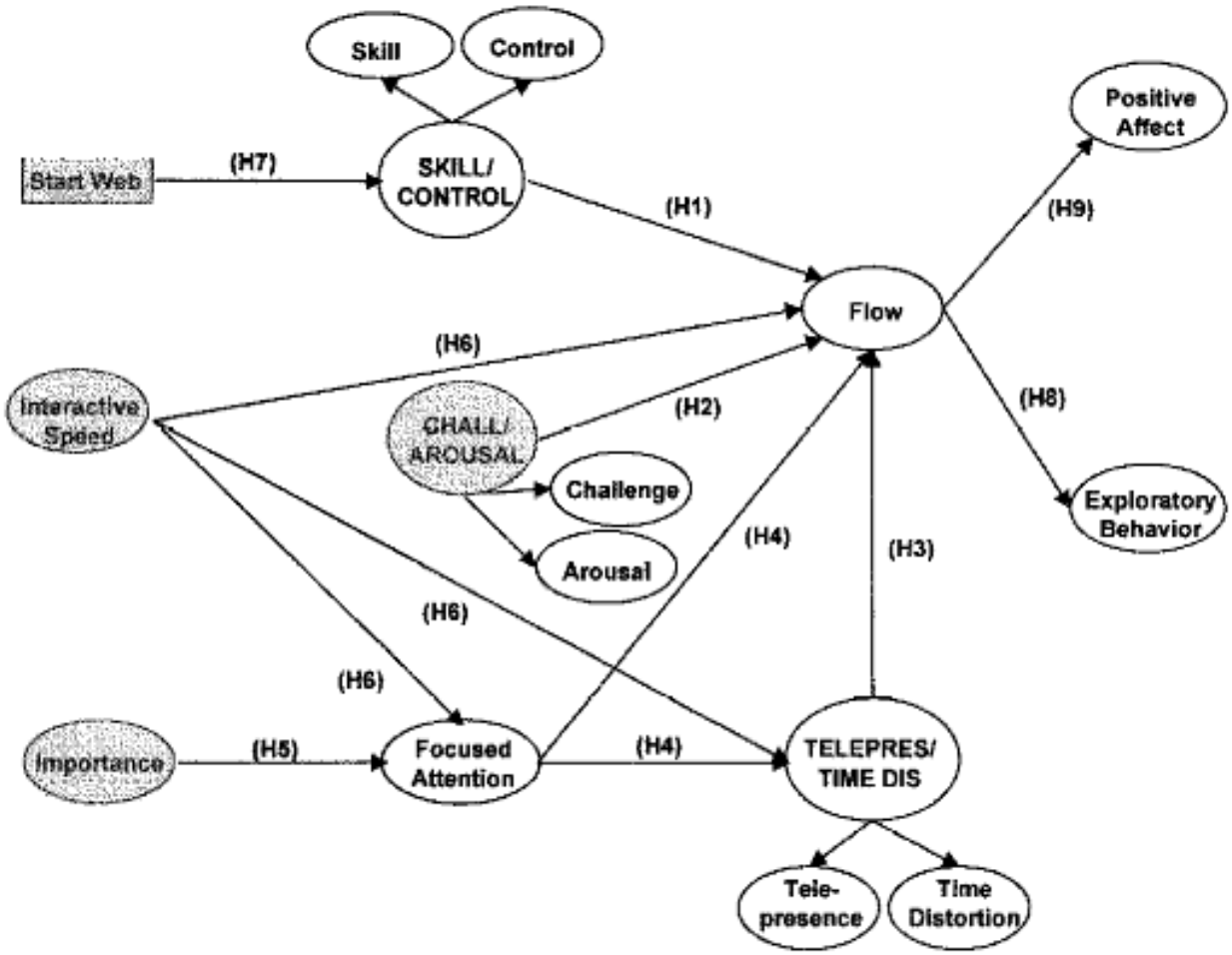


Expérience digitale

- Interface homme/machine
- Litteracie digitale
- Appropriation
- Affordances
- TAM

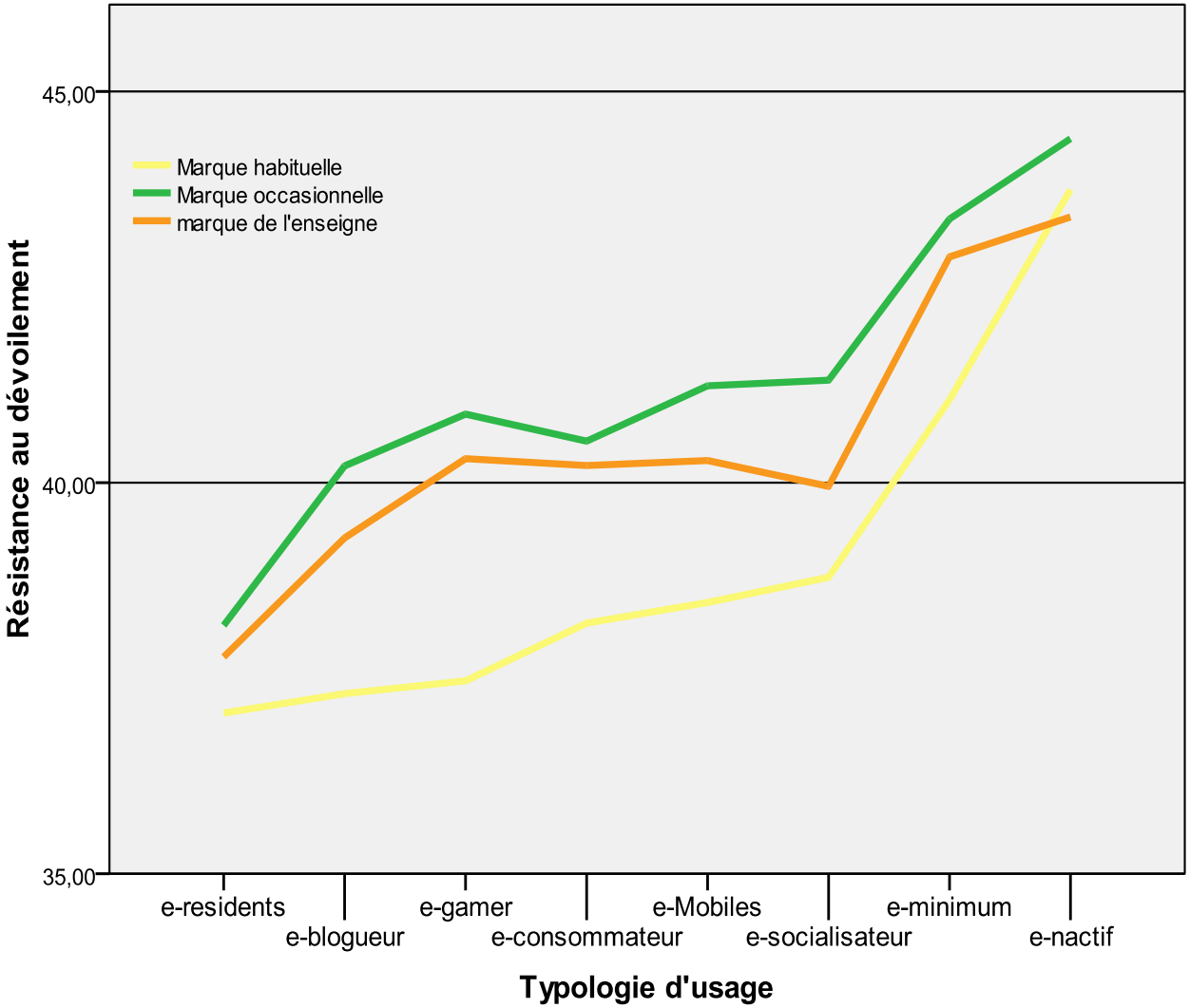
Au tout début de l'internet...

Figure 1 Hoffman and Novak's (1996a) Conceptual Model



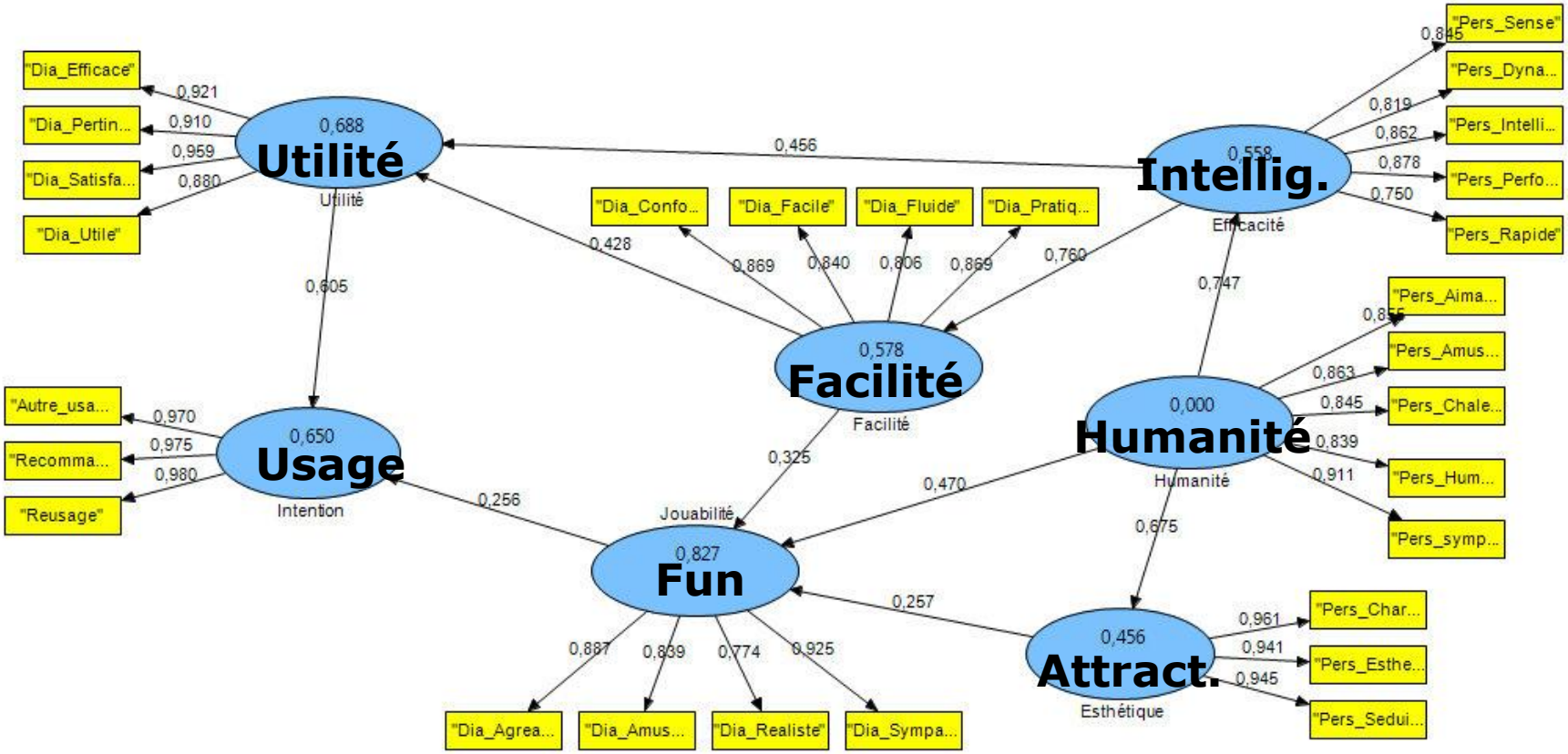
Littératie digitale

Quand ils consomment et plus encore qu'ils contribuent, ils résistent moins que les autres à partager leurs informations personnelles. C'est quand il font peu qu'ils se méfient le plus.

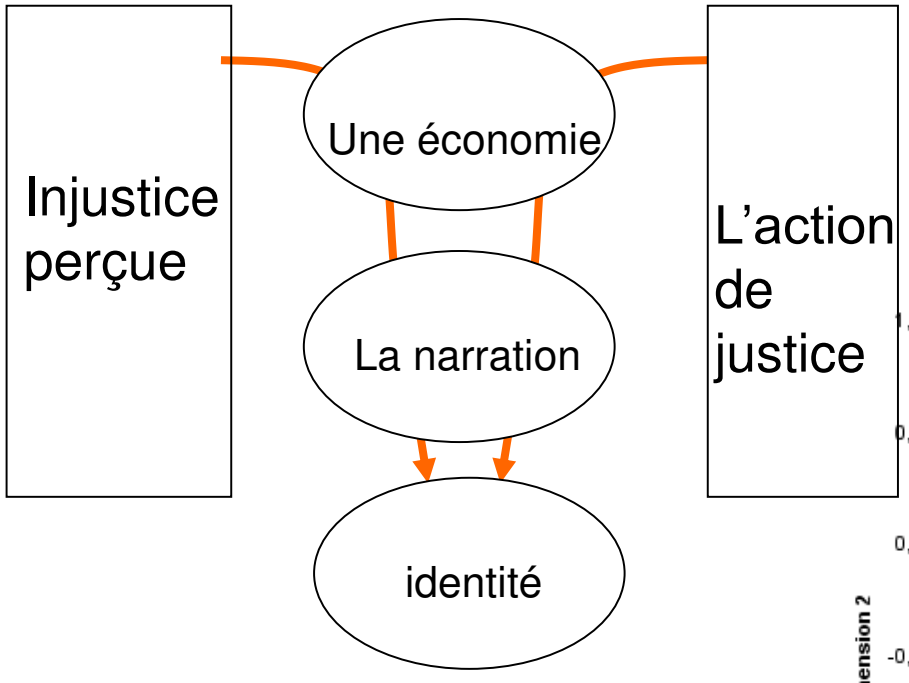


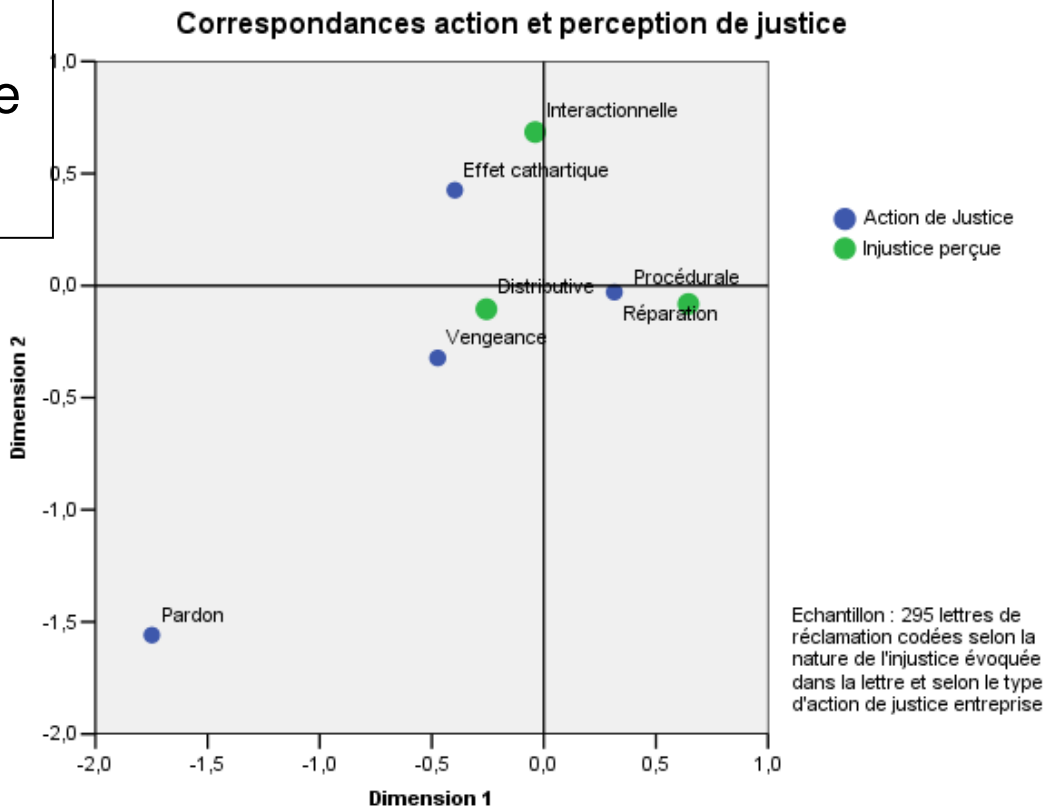
Embodied Virtual Agent

Présence humaine



Expérience de réclamation





Entre gens responsables… négocions !

Une logique soignée

13, Allée de l'Autan
31320 Auzeville-Tolosane

Auzeville, le 30 Décembre 2003

2003

La DEPECHE DU MIDI
Monsieur Philippe CHRISTOPHE
Directeur de la diffusion
Avenue Jean Baylet
31095 Toulouse Cedex 9

Monsieur,

Je vous accuse réception de votre lettre du 22 décembre 2003 qui nous adresse les vœux de la Dépêche et qui nous informe que notre abonnement est prolongé de trois numéros supplémentaires. Je vous en remercie.

Je comprends très bien que le changement de format et de matériel ait pu nécessiter un délai d'adaptation. Par contre je ne comprends pas en quoi la prolongation de notre abonnement représente une compensation et un avantage puisque le montant de cet abonnement est prélevé tous les mois sur compte bancaire et que la date du prélèvement a plutôt tendance à être de plus en plus précoce; il faudrait, pour matérialiser ce bonus, résilier l'abonnement durant un certain délai.

Je reçois la Dépêche par portage depuis de nombreuses années; compte tenu des jours de grève ou autres incidents survenus au cours de ces années, pour lesquels vous nous avez ou non attribué des numéros supplémentaires, le nombre de ces derniers doit maintenant approcher de trente. Il me paraîtrait donc logique que la Dépêche nous soit servie gratuitement durant un mois en vous abstenant de prélever un mensualité; ou de nous faire connaître les dispositions concrètes que vous compter prendre pour compenser la non livraison de numéros pour un coût proche d'une mensualité.

Je vous adresse également mes vœux de bonne année 2004 pour vous même et pour la Dépêche, et en espérant obtenir une réponse satisfaisante, je vous prie d'agréer, Monsieur, l'expression de mes sentiments distingués.

Reconnaître le geste

Accepter les difficultés qui sont externe

Discuter la procédure en proposant une solution (fixer la règle)

Exprimer et défendre ses prétentions (appliquer la règle)

Rester courtois

En conclusion

- C'est le sujet qui fait l'expérience... en construisant son histoire.
- L'expérience ne se limite pas à une interaction... c'est une écologie culturelle.
- La relation est le jardin de l'expérience.