

Bibliographie Thématique

Marketing expérientiel et tourisme

Septembre 2016

Cette bibliographie propose les références de documents sur la thématique du marketing expérientiel et sa mise en œuvre dans le tourisme. Ces documents sont disponibles au sein du CRT. Certains sont en accès libre sur le web.

Les documents sont classés par ordre de publication antéchronologique.

Lecture des références bibliographiques :

Pour les ouvrages imprimés et les documents sur l'intranet :

Titre du document [en ligne]

NOM DE L'AUTEUR, prénom. Editeur, année de publication. Nombre de pages

(cote)

Résumé

Pour les périodiques imprimés ou sur l'intranet :

Titre de l'article ou du dossier [en ligne]

NOM DE L'AUTEUR, prénom. In NOM DE L'AUTEUR, prénom. *Titre du dossier* (si article), Nom du périodique, n° de périodique, année de publication. Nombre de pages

(cote)

Résumé

Les documents au format papier sont accompagnés de la mention d'une cote qui permet de les retrouver au sein de la Direction de la Qualité.

Les documents numériques sont accompagnés de la mention [en ligne] et sont accessibles sur l'Intranet du CRT, dans la partie « ressources documentaires ». Ceux disponibles en accès libre sur internet sont accompagnés de la mention d'une URL et d'une date de consultation.

Sommaire

Le concept.....	4
Exemples de l'intérêt pour ce concept	6
Big data et personnalisation.....	8
Expérience utilisateur	9

Le concept

Approche expérientielle et tourisme (1ère partie)

SAINT ALBIN (de), Hermine. Revue Espaces Tourisme et Loisirs 320, septembre-octobre 2014. 42 pages

(Cote : *Revue Espaces Tourisme et Loisirs*)

Ce dossier de la revue Espaces fait intervenir des chercheurs pour apporter un éclairage sur les concepts nés de l'approche expérientielle du marketing : marketing expérientiel, design de services, design d'expérience utilisateur, tourisme expérientiel.

Retour sur le concept d'expérience : pour une vue plus modeste et plus complète du concept [en ligne]

Antonella CARÙ et Bernard COVA. Actes des VIIème Journées de recherche en marketing de Bourgogne, 2002. <<http://leg2.u-bourgogne.fr/CERMAB/z-outils/documents/actesJRM/IRMB07-2002.pdf>> (consulté le 28/10/2015)

Cet article définit les différents sens de la notion d'expérience selon les champs scientifiques et en sciences de gestion, la typologie des expériences, les composantes de l'expérience. Il propose une analyse de l'« expérience de magasinage » et enfin distingue expérience de consommation et expérience de consommateur.

Interview de Pierre Volle, Professeur de marketing & customer management à l'Université Paris-Dauphine [en ligne]

Distinctivemarketing.fr. 19 juin 2014. Disponible sur <<http://www.distinctivemarketing.fr/interview-pierre-volle/>> (consulté le 28/10/2015)

Une interview de Pierre Volle qui aborde le marketing, la stratégie client, l'expérience client.

Le tourisme à l'ère du numérique [en ligne]

KANOUTE, Korotoumou. Juris tourisme n°167, septembre 2014. 2 pages

Cet article fait le lien entre les outils numériques et le développement d'une consommation expérientielle. Il présente le principe du marketing expérientiel.

Tourisme expérientiel : une stratégie de différenciation [en ligne]

Gazette officielle du tourisme, n°2179, 12 décembre 2012. 3 p.

Cet article présente le concept de marketing expérientiel et décrit des exemples d'applications dans la création de produits touristiques et la communication.

L'Esprit de Service. Passer du marketing au management de l'expérience client

Xavier Quérat-Hément. Lexitis Editions, 2014. 232p.

(Cote : QUAL.7)

Dans cet ouvrage, l'auteur donne un cadre de référence culturel, stratégique et opérationnel au management de l'expérience client. Xavier Quérat-Hément, Directeur Qualité du Groupe La Poste, porteur du projet nommé « Esprit de Service » mené à La Poste ces dernières années y explique la vision du management et de la relation client qui sous-tendent ce projet.

[Retour au sommaire](#)

Le modèle « Esprit de Service » se fonde sur l'idée que le type de management au sein de l'entreprise influence la relation du personnel avec le client. Il propose un management fondé sur l'attention portée à la fois aux clients et aux collaborateurs. L'auteur expose les changements à effectuer dans le management des entreprises et dans la coopération inter-services. Il aborde la question de ce qu'il nomme « les irritants » aux yeux des clients c'est-à-dire les situations qui génèrent le mécontentement et détruisent la crédibilité et la confiance, en premiers lieux desquels se trouvent les files d'attente.

[Retour au sommaire](#)

Exemples de l'intérêt pour ce concept

Laure Baume : "Que nos aéroports deviennent des lieux où il fait bon vivre" [en ligne]

HIRSINGER, Julien. Spécial Voyages d'affaires, n°25, été 2016. 2 p.

Cet entretien traite de la stratégie mise en œuvre par le Groupe ADP pour améliorer l'expérience client dans ses aéroports : sécurité, temps d'attente, espaces d'exposition, de diffusion d'évènements sportifs, projection d'image de Paris.

Arts visuels et médiation d'un tourisme créatif : de l'expérience du voyage, de la pratique artistique et des "créatifs culturels" [en ligne]

ARGOD, Pascale. Mondes du tourisme, n°10, Décembre 2014

Le tourisme créatif à la rencontre des cultures numériques : de la gouvernance des destinations à l'écriture des expériences [en ligne]

PAGES, Dominique Mondes du tourisme, n°10. Décembre 2014. 16 pages

Entretien avec Rachel Picard, Directrice générale de Voyages SNCF [en ligne]

GARCIA, Mathieu. Le Quotidien du tourisme, n°3817, 19 mars 2015. 2 pages

L'article aborde la convention avec le SNAV, les priorités 2015, la recherche de relais de croissance, l'investissement sur la qualité de l'expérience client.

Reconfigurer l'expérience client pour se différencier [en ligne]

GAU, A.. Les Echos, 15 février 2016

Cet article présente la démarche d'une société de sécurité aéroportuaire accompagnée par l'Académie du Service pour modifier sa pratique et améliorer l'expérience client.

Approche expérientielle et tourisme (2ème partie)

SAINT ALBIN (de), Hermine. Revue Espaces Tourisme et Loisirs, n°321, novembre- décembre 2014. 67 pages.

(Cote : Revue Espaces Tourisme et Loisirs)

Cette deuxième partie du dossier de la revue Espaces consacré à l'approche expérientielle du tourisme présente des stratégies touristiques plaçant à leurs centres le visiteur. Après avoir explicité dix points clés pour "designer" une expérience touristique, le dossier présente des exemples de marketing expérientiel mis en œuvre par des destinations touristiques, des hôtels ou d'autres offres touristiques. Il présente un outil numérique d'évaluation de l'expérience du client en temps réel. Enfin, il aborde la question de l'amélioration de la qualité de l'expérience utilisateur lors de l'usage d'un dispositif numérique à travers les exemples d'un site internet de destination et de celui d'un tour-opérateur.

Tourisme expérientiel : une stratégie de différenciation [en ligne]

Gazette officielle du tourisme, n°2179, 12 décembre 2012. 3 p.

Cet article présente le concept de marketing expérientiel et décrit des exemples d'applications dans la création de produits touristiques et la communication.

[Retour au sommaire](#)

Les effets de la thématization du lieu sur l'expérience vécue par le consommateur : une double approche cognitive et expérientielle. [en ligne]

BONNEFOY-CLAUDET, Lydie. Business administration. Université de Grenoble, 2011. French.
<tel-00687047> (page consultée le 28/10/2015)

Cette thèse se fonde sur une étude de stations de ski.

[Retour au sommaire](#)

Big data et personnalisation

Entreprises transformées la vague du siècle. Numérique, management, enchantement [en ligne]

Institut Esprit Service. Novembre 2015. 32 pages

Voyages-sncf.com : penser client, agir data [en ligne]

JAOUEN, Muriel. Les Echos, 19 novembre 2015

Cet article présente l'amorce et l'organisation de voyages-sncf.com vers une exploitation des big data. La plate-forme de vente en ligne a pour ambition, grâce à sa stratégie Big data, d'améliorer la relation client et l'expérience client par la personnalisation de son marketing et de sa communication notamment sur le mobile.

Air France-KLM va développer des services personnalisés [en ligne]

Les Echos. 7 juillet 2016

[Retour au sommaire](#)

Expérience utilisateur

Comment améliorer l'expérience utilisateur [en ligne]

LAINÉ, Linda. L'Echo Touristique, n°3149, septembre 2015. 3 pages

Cet article présente des leviers destinés à séduire et fidéliser les internautes et propose le témoignage du directeur France d'Airbnb sur la stratégie de développement de l'expérience client de la plate-forme.

Approche expérientielle et tourisme (2ème partie)

SAINT ALBIN (de), Hermine. Revue Espaces Tourisme et Loisirs, n°321, novembre- décembre 2014. 67 pages.

(Cote : *Revue Espaces Tourisme et Loisirs*)

Cette deuxième partie du dossier de la revue Espaces consacré à l'approche expérientielle du tourisme présente des stratégies touristiques plaçant à leurs centres le visiteur. Après avoir explicité dix points clés pour "designer" une expérience touristique, le dossier présente des exemples de marketing expérientiel mis en œuvre par des destinations touristiques, des hôtels ou d'autres offres touristiques. Il présente un outil numérique d'évaluation de l'expérience du client en temps réel. Enfin, il aborde la question de l'amélioration de la qualité de l'expérience utilisateur lors de l'usage d'un dispositif numérique à travers les exemples d'un site internet de destination et de celui d'un tour-opérateur.

[Retour au sommaire](#)