

Institut du  
Leadership  
Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

GESTION STRATÉGIQUE DE L'OFFRE DE SERVICES TOURISTIQUES  
Positionnement, design et mise en valeur



PLEINES VOILES VERS LE LEADERSHIP DE MARQUE  
Dr Michel G. Langlois  
Professeur titulaire  
ESG-UQAM

www.leadershipstrategie.com
Institut du Leadership Stratégique - Michel G Langlois 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

Il y a une mer d'opportunités



www.leadershipstrategie.com
Institut du Leadership Stratégique - Michel G Langlois 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

Mais vous n'êtes pas seuls dans la course



www.leadershipstrategie.com
Institut du Leadership Stratégique - Michel G Langlois 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## La route est souvent encombrée



4

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## Elle peut même être très houleuse



5

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---


---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## Vous ne voulez pas vous retrouver sous l'eau



6

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## Ou avancer à petit pas sur la route du succès



7

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---


---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## Vous voulez mener et gagner la course



8

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## C'est l'objectif de cette session

9

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

# Leadership Client

10

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## Les destinations leaders sont des créateurs de mémorabilité pour les touristes et pour les acteurs touristiques

11

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

### PROGRAMME

**Première partie :**  
**Bienvenue à l'économie d'expérience**

**Module 1 :** Les 3 enjeux de l'économie d'expérience  
**Module 2 :** Positionnement et leadership expérientiel de la marque

**Deuxième partie :**  
**EXPÉRITECTURE: Le cadre conceptuel**

**Module 3 :** Cadre stratégique et enjeux du positionnement et de la gestion de l'offre touristique  
**Module 4 :** Le processus client: l'EXPÉRIGRAMME  
**Module 5 :** La qualité expérientielle: l'EMOTIOGRAMME

12

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

**Troisième partie:**  
**EXPÉRITECTURE: Le cadre stratégique**

**Module 6 :** Le plan de design d'une offre de services touristiques

**Module 7 :** Domaine d'activité stratégique et valeurs intrinsèques

**Module 8 :** Marché cible, positionnement souhaité et concept d'expérience

13

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

**Quatrième partie :**  
**EXPÉRITECTURE: Le design de l'offre expérientielle**

**Module 9 :** Design du processus d'expérience client (Expéigramme émotif)

**Module 10:** Design de l'expérience émotive: (Émotiogramme)

**Module 11 :** Design final de l'expérience (normes et expéigramme détaillé)

**Module 12 :** Le processus de re-design d'une offre de services touristiques.

14

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

**Quelle est la raison d'être d'une organisation?**

15

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

La raison d'être d'une organisation  
est de générer et  
conserver sa clientèle

16

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

Qu'est ce que le marketing ?

17

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

**C'est la gestion des TRANSACTIONS par:**

- L'analyse et la compréhension de l'environnement et des marchés
- La conception et la gestion d'une offre concurrentielle
- La gestion de la mise en marché
- La gestion de l'actif client

18

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## Les pièges transactionnels

- ✓ Le complexe de l'expert
  - Penser que les autres pensent comme nous
- ✓ Le complexe du champion
  - Croire que ce sont les vendeurs qui vendent
- ✓ Le complexe du bouton
  - Le nombrilisme.

19

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## Première partie

### Bienvenue à l'économie d'expérience

20

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## Module 1

### De l'économie de service à l'économie d'expérience

21

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## Bienvenue à la 5<sup>ème</sup> génération marketing!



22

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lanoie 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## Bienvenue à la 5<sup>ème</sup> génération marketing!



**1<sup>ère</sup> génération**  
Vente  
Jusqu'aux années 1950

**2<sup>e</sup> génération**  
Marketing de masse  
Années 1950 à 1960

**3<sup>e</sup> génération**  
Besoin des consommateurs et segmentation des marchés  
Années 1960 à 1970

**4<sup>e</sup> génération**  
Recherche de l'excellence, valeur ajoutée, service au client  
Années 1980 à 1990

**5<sup>e</sup> génération**  
**LA GESTION EXPÉRIENTIELLE DES CLIENTS**  
Années 1990 au XXI<sup>e</sup> siècle

23

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lanoie 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## Ce que les recherches sur les services nous ont appris.

24

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lanoie 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---



Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

# Qu'est-ce qu'un service?

25

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

# Un service est une expérience temporelle vécue par le client, avec ses émotions.

26

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

27

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## La spécificité des services

- Un contenu peu différencié
- L'intangibilité
- L'interface entre le client et l'organisation
- L'hétérogénéité
- La périssabilité

28

www.leadershipstrategie.com
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## Servir: Le choc culturel

29

www.leadershipstrategie.com
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## La hiérarchie des cohérences

- La cohérence personnelle
- La cohérence interpersonnelle
- La cohérence organisationnelle
- La cohérence client
- La cohérence de marché (Mémorabilité)

30

www.leadershipstrategie.com
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel



## Que nous enseigne l'Asie ?



31

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel



Think

32

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## PENSER EN CHINOIS

Le symbole représente un crâne d'enfant  
connecté au cœur.

Cela signifie que pour penser nous devons avoir  
l'esprit ouvert et nous servir de notre cœur.

33

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel



34

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## ÉCOUTER EN CHINOIS

Le symbole est composé de : ROI, OEIL et CŒUR...

...cela signifie que pour écouter nous devons être respectueux des autres comme s'ils étaient des rois, observer avec nos yeux et le faire avec le cœur ouvert.

35

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

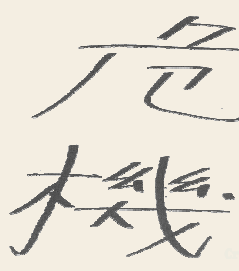
---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel



36

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## CRISE EN CHINOIS

L'idée s'exprime en deux symboles.

Celui du haut signifie DANGER et celui du bas OPPORTUNITÉ.

Dans l'adversité nous devons toujours voir l'opportunité qu'elle représente.

37

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

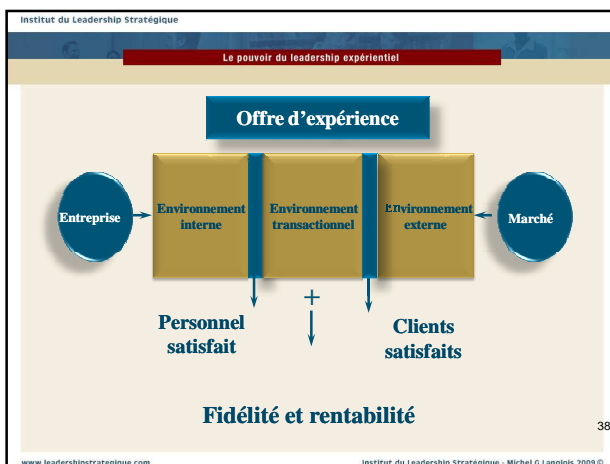
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## Le défi de la productivité transactionnelle dans les services

39

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## Les défis de productivité dans les services

- Augmenter les taux de conversion de l'achalandage client
  - Diminuer le nombre de contacts par client
  - Augmenter le revenu moyen par client
    - Fidéliser le client

40

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## LES 3 ENJEUX DE L'ÉCONOMIE D'EXPÉIENCE

### 1-L'ENJEU ÉMOTIONNEL

### 2-L'enjeu de la scène

### 3-L'enjeu du leadership expérientiel

41

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## LE FUTUR EST ARRIVÉ !

Bienvenue à la vulnérabilité !

42

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## Bienvenue à la vulnérabilité !

- Insécurité émotive
- Croissance de la valeur du temps
- Déclin de la fidélité
- Caractère distinct de chaque personne
- Grandes attentes envers les entreprises de service et les gouvernements
- Passage de l'avoir à l'être

43

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel



## L'effet « Teddy Bear »

44

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## LES 3 DÉFIS DE L'ÉCONOMIE D'EXPÉRIENCE

1- L'enjeu émotionnel

### 2- L'ENJEU DE LA SCÈNE

3- L'enjeu du leadership expérientiel

45

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

**"There's no business that's not show business"**

Bernd Schmitt 2004, Université Columbia

46

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lanolais 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

**Bienvenue à l'île aux bananes**

47

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lanolais 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

Organisation de service

Système de support interne

Support physique

Employés (es) de 1<sup>ère</sup> ligne

Non Visible ARRIÈRE-SCÈNE

Visible SCÈNE

Niveau de service A

Niveau de service B

Invité A

Invité B

Adapté de Eiglier, Langeard 1987

48

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lanolais 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

16



Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## La valeur du contenu du message

Mehrabian 1972 (7 %)  
Rosenthal 1977 (10 %)  
Langlois 1992 (9 %)

49

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Langlois 2009 ©

---

---

---

---

---

---

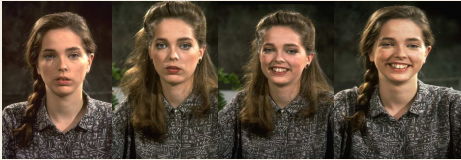
---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## CATHERINE



Profil 1	Profil 2	Profil 3	Profil 4
Naturel	Sophistiqué	Sophistiqué	Naturel
Empathie 0	Empathie 0	Empathie	Empathie

50

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Langlois 2009 ©

---

---

---

---

---





---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

CATHERINE				
Évaluation de la crédibilité de l'employée	2,71	2,13	3,70	4,52
Évaluation du comportement de l'employée	2,43	2,11	3,67	4,10
Perception de la compétence de l'employée	2,85	2,12	4,26	4,53
Achètera de l'employée	1,3	1,3	2,9	4,2
Recommandera le service	1,4	1,4	3,3	4,4

Moyenne sur une échelle de 7 points

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Langlois 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

**La perception de la crédibilité  
et la compétence dans la prestation de services :**

Empathie	32 %
Impression physique	9 %
Arguments	9 %

52

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Langlois 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

**« *Le médium est le service.* »**

Langlois, Chebat, Bourdeau, 1992.

53

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Langlois 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

**La marque  
est aussi forte que l'expérience  
émotive vécue par les clients  
avec l'organisation.**

54

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Langlois 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## LES 3 ENJEUX DE L'ÉCONOMIE D'EXPÉRIENCE

- 1-L'enjeu émotionnel
- 2-L'enjeu de la scène
- 3- L'ENJEU DU LEADERSHIP EXPÉRIENTIEL**

55

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## L'inévitable changement de culture !

56

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

**« Si tu mets tes pas dans ceux de celui qui a marché  
avant toi tu ne risques pas de le dépasser. »**  
- Confucius

57

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

De la livraison de services à la création d'expériences mémorables

The diagram illustrates a process flow. On the left, a bracket labeled 'Type I' encompasses a box labeled 'Livraison de services'. This box is part of a larger bracket labeled 'Type II' which also includes a box labeled 'Gestion d'expériences mémorables'. The boxes are connected by a vertical line with a horizontal bar at the top, suggesting a sequential or hierarchical relationship.

Adapté de Watzlawick, J Beavin and D Jackson (1972)

58

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

La mémorabilité expérientielle passe par  
l'augmentation des plaisirs  
et la réduction de l'anxiété.

59

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

Les leaders expérientiels efficaces sont  
des créateurs de mémorabilité  
pour leur clientèle .

60

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## LE LEADERSHIP EXPÉRIENTIEL

*« L'art de mener les autres à l'action et de les fidéliser  
par la création d'expériences mémorables positives. »*

- Dr. Michel G. Langlois

61

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Langlois 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## Module 2

### Positionnement et leadership expérientiel de la marque

62

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Langlois 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel



## LE LEADERSHIP DE MARQUE

### Les règles du jeu

63

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Langlois 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## Qu'est-ce que le leadership de marque ?

64

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## Le leadership de marque exige la création d'expériences mémorables vécues par les clients avec leurs émotions et sensations.

65

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## L'effet LASER

66

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel



## L'impact de l'énergie laser

67

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## L'expérience de la marque doit prendre racine dans le leadership expérientiel des clients et passer par une meilleure gestion de leurs émotions.

68

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## Les 3 facteurs émotionnels clés de l'expérience ... ....et de la vie...

- Plaisir
- Anxiété
- Contrôle

69

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

**Qu'est-ce qui nous rend différent de nos concurrents?**

70

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

**L'enjeu du positionnement**

71

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

**Si on veut plaire à tout le monde...  
...On ne plaît à personne**

72

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---



Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

Le positionnement des marques d'offres touristique passe par le création de valeurs expérientielles mémorables uniques et très ciblées.

73

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

L'effet poupées russes



74

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

Les conflits inter segments

75

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

**Trouvez et amplifiez la spécificité**

76

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

**N'essayez pas d'être  
ce que vous n'êtes pas**

77

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

**Le pouvoir mobilisateur  
de la marque**

78

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

# La hiérarchie des marques:

La marque parapluie

Les marques de soutien

79

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

# Le pouvoir transnational de la marque

80

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

# DEUXIÈME PARTIE

## EXPÉRITECTURE

### Le cadre conceptuel

81

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

La création de la valeur dans les organisations de service dépend de sa capacité à créer et à maintenir une **mémorabilité émotionnelle** positive avec sa clientèle.

82

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel



*Se préparer pour la course*

**LEADERSHIP DE MARQUE**

83

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

Module 3

Cadre stratégique et enjeux du positionnement de l'offre de service

84

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

Deux grands précurseurs de la mémorabilité de l'expérience touristique:

Gilbert Trigano  
[www.clubmed.com](http://www.clubmed.com)

Walt Disney  
[www.disney.com](http://www.disney.com)

85

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Langlois 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

...de la psychologie environnementale...

Mehrebian, Russell

... à la gestion des services...

Bitner Shostack (1977) Langeard, Bateson, Lovelock, Eiglier, Zeithaml (1981) Grönroos (1990) Gummesson (1993) Berry, Parasuraman, Zeithaml (1990)

86

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Langlois 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

... à la gestion expérientielle.

- Langlois & Tocquer (1992)
- Pine & Gilmore (1999)
- Schmitt, Rogers & Vrotsos (2003)

87

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Langlois 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

L'approche expérientielle met l'accent sur les aspects :

**Sensoriels, Émotionnels, Relationnels, Cognitifs, Conatifs, Temporels.**

88

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

Les organisations de service sont des médium créateurs d'expériences mémorables

89

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

**L'expérience du Thé**  
(Adapté de Pine and Gilmore)

Niveau	Valeur (approximative)
Produit de base	\$1.00
Produit	\$1.50
Service	\$3.00
Expérience	\$70.00

90

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

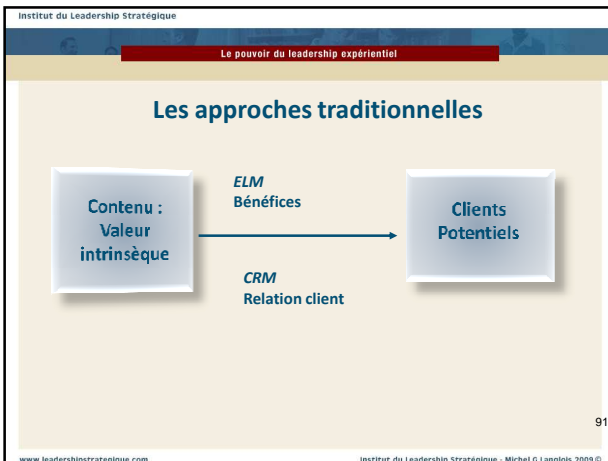
---

---

---

---

---




---

---

---

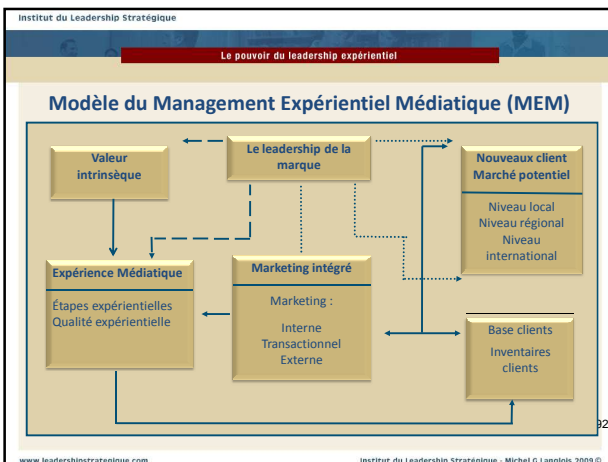
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

# L'EXPÉRITECTURE

94

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Langlois 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## L'EXPÉRITECTURE

c'est l'art du design et du positionnement d'expériences client mémorables.

-Langlois 2003

- La définition du concept d'offre & la thématisation
- Le design du processus d'expérience (Expérigrammes)
- Le design du cadre qualitatif (Émotiogramme)

95

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Langlois 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## Les outils de l'expéritecture

96

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Langlois 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---



Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

L'expérigramme

L'émotiogramme

97

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

Module 4

Expérigramme

Le processus d'expérience client

98

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

Le syndrome de l'organigramme

99

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## Les trois temps du service

Avant

Pendant

Après

100

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## L'EXPÉRIGRAMME

101

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## Exemple du *tunnel client* abrégé d'une station de ski

Étape I	Stationnement
Étape II	Billetterie
Étape III	Remonte-pentes
Étape IV	Descente
Étape V	Stationnement

102

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

Module 5  
Émotiogramme  
La qualité expérientielle  
de la relation client

103

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

L'Émotiogramme

104

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

**L'Émotiogramme**  
L'émotiogramme mesure la perception  
des facteurs de qualité relationnelle émotive  
pour chaque étape de l'expéigramme émotif

105

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

Comment évalue-t-on la qualité dans les services?

**ATTENTES**



**PERCEPTIONS**

106

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

La mémorabilité expérientielle passe  
par  
l'augmentation des plaisirs  
et  
la réduction des anxiétés.

107

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

Les facteurs de qualité dans les services

- La fiabilité
- L'accessibilité
- L'animation
- Le confort sensoriel
- La prise en charge personnalisée

108

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

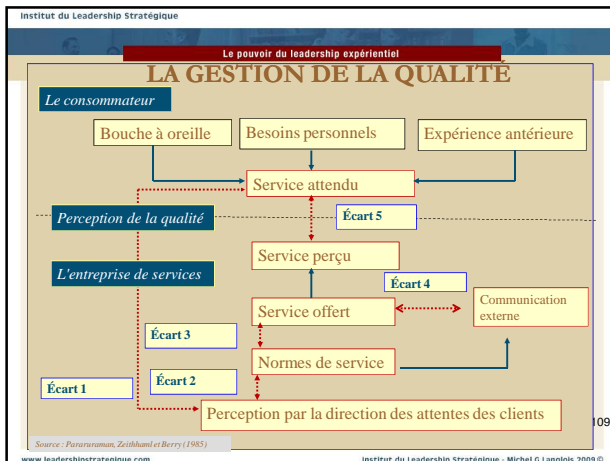
---

---

---

---

---




---

---

---

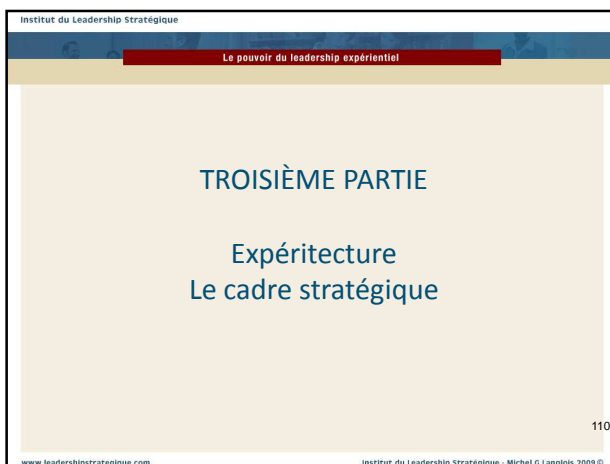
---

---

---

---

---




---

---

---

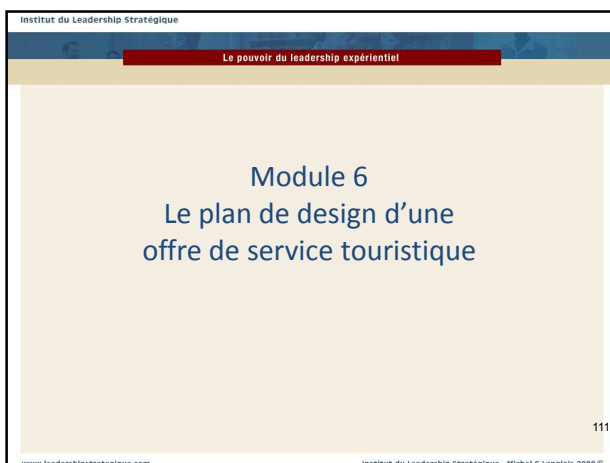
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## Plan de design d'une expérience de service

- **Étape 1** : Définir le domaine d'activité stratégique
- **Étape 2** : Évaluer la valeur intrinsèque
- **Étape 3** : Définir le segment cible, les attentes et valeurs clés des clients
- **Étape 4** : Définir le positionnement souhaité
- **Étape 5** : Définir le concept d'expérience
- **Étape 6** : Définir le processus d'expérience (Expérigramme émotif)

112

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

- **Étape 7** : Définir les normes de qualité expérientielle (fiabilité, accessibilité, divertissement, environnement physique sensoriel, environnement relationnel personnalisé pour chaque étape de l'expérigramme (Émotiogramme))
- **Étape 8** : Design du processus d'expérience global (Expérigramme détaillé)
- **Étape 9** : Détermination du prix
- **Étape 10** : Analyse de viabilité financière

113

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## Module 7

### Domaine d'activité stratégique et Valeurs intrinsèques

114

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

# L'effet locomotive

Lorie 7 ans

115

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

# Les acteurs économiques du tourisme

Origine	Transport	Destination
T.O. Export Grossiste Détaillant	Transporteur régulier Transporteur nolisé	T.O Import Excursionniste Croisiéristes Bureaux d'accueil Hébergement Transport Restauration Attractions Sites Événements

116

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

# Définition du domaine d'activité stratégique

117

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## Le cas Ritz-Carlton

[www.ritz-carlton.com](http://www.ritz-carlton.com)

118

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## L'expérience Orient-Express

[www.orient-express.com](http://www.orient-express.com)

119

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## Diagnostic de la valeur intrinsèque

- Les sites naturels
- Les sites créés
- Les événements naturels
- Les événements créés
- Les actifs tangibles
- La population

120

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---



Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

Module 8

Positionnement souhaité et concept d'expérience

121

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

Le leadership de la marque

→

et

Le positionnement

122

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

LA

SEGMENTATION

123

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

### Processus qui consiste à découper un marché global et hétérogène de consommateurs en sous-groupes homogènes

Les sous groupes doivent être suffisamment homogènes pour assumer que les personnes du sous-groupe partagent :

- Les mêmes besoins,
- les mêmes valeurs,
- et qu'elles adopteront des comportements de consommation semblables

124

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

### Se positionner c'est :

- Développer la personnalité que l'on veut donner à notre offre
- Se démarquer par rapport aux concurrents
- L'image, la promesse et l'expérience perçues par les clients

C'est l'espace occupé dans le champ perceptuel des clients

125

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

- Le positionnement est décidé par la clientèle et construit par l'entreprise.
- Le service est instantané donc on peut améliorer en permanence le positionnement en travaillant sur le processus, le personnel etc.

**Avoir un positionnement FORT mais toujours répondre à sa PROMESSE**

126

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## OBJECTIF



PLAIRE  
PARFAITEMENT AU  
SEGMENT FIXÉ

127

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## LE MARKETING SEGMENTAL

1. Identifier les bases de segmentation de marché
2. Développer les profils de segment résultants
3. Mesurer l'attrait des segments
4. Sélectionner le ou les marchés cibles
5. Créer un positionnement pour chaque marché cible
6. Développer une stratégie de mise en marché

128

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## Le concept d'offre et le positionnement

129

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

# CRÉATION DE LA VALEUR & PRIX

130

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---


---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel



## La soirée thématique

131

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## Quatrième partie Expéritecture Le design de l'offre expérientielle

132

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

Module 9

Design du processus d'expérience

L'expérogramme

133

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

Leadership de marque

&

normes du processus d'expérience

134

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

Exemple du *tunnel client* abrégé d'une compagnie aérienne

Étape I	Réservation
Étape II	Billetterie
Étape III	Embarquement
Étape IV	Check-in
Étape V	Vol
Étape VI	Arrivée à l'aéroport
Étape VII	Récupération des bagages

5

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel



Expérigramme  
d'un hôtel

136

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

De l'expérigramme détaillé à  
l'expérigramme émotif:

Exemple du service en vol  
pour une société aérienne

137

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

Module 10  
Design de l'expérience émotive

ÉMOTIOGRAMME:

- Fiabilité
- Accessibilité
- Divertissement
- Environnement physique sensoriel
- Relation personnelle

138

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

# Les cinq dimensions du design de la relation expérientielle de service

- La fiabilité
- L'accessibilité
- L'animation
- Le confort sensoriel physique
- La relation de prise en charge personnelle

139

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

# EX.Q.GRID

140

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

# Design de l'effet de la fiabilité

1. La fonctionnalité
2. La régularité
3. Le risque psychologique et social
4. Le risque économique
5. La sécurité

141

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## Design de l'effet d'accessibilité

- 6. L'accessibilité physique
- 7. L'information directionnelle
- 8. La promptitude de service
- 9. La gestion de l'attente
- 10. La gestion des exceptions

142

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## Design de l'effet d'animation

- 11. La gestion de la marque et des thèmes
- 12. L'animation permanente
- 13. La programmation des événements
- 14. La cohérence de l'image
- 15. Les éléments tangibles de cohérence

143

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## Design de l'effet de confort physique et plaisirs sensoriels:

- 16. L'environnement visuel
- 17. L'environnement tactile et ergonomie
- 18. L'environnement musical et sonore
- 19. L'environnement gustatif
- 20. L'environnement olfactif

144

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---



Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## Design de l'effet de prise en charge et gestion de la productivité transactionnelle

- 21. L'effet de plaisir
- 22. L'effet de cohérence
- 23. L'effet de séduction
- 24. L'effet de persuasion
- 25. L'effet d'ancrage et de mémorabilité

145

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## Les 5 pouvoirs du leadership expérientiel

VOS 3 POUVOIRS DU CONTRÔLE DU LEADERSHIP D'ACTION

VOS 2 POUVOIRS DE CONDITIONNEMENT ÉMOTIONNEL

Le pouvoir d'Ancrer

Le pouvoir de Persuader

Le pouvoir de Séduire

Le pouvoir de générer l'enthousiasme et le plaisir

Le pouvoir de gérer l'harmonie et contrôler l'anxiété

LEADEX® 146

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## La Grille LEADEX®

147

www.leadershipstrategie.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

# L'EFFET DOMINO



Impact du leadership des gestionnaires



Impact du leadership du personnel de contact



Mémorabilité expérientielle pour les clients internes et externes

148

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)

Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

# L'effet Domino

Facteurs de motivation		Facteurs d'attitudes	
Reconnaissance	32 %	Relations avec les supérieurs	26,1 %
Formation pour la tâche	17 %	Participation aux décisions	6,5 %
Intérêt pour la tâche	9 %	Valorisation externe du poste	5,9 %
Responsabilité	6 %	Environnement physique	4,5 %
		Relation avec les collègues	4,4 %
		Bénéfices marginaux	4,1 %
		Clarté de la tâche	3,3 %

149

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)

Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

# Module 11

## Design final de l'expérience:

### Normes et expéigramme détaillé

150

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)

Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

## Module 12

### Le processus de re-design d'une offre de service touristiques.

151

www.leadershipstrategique.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

### Plan de re-design d'une expérience de service

- **Étape 1** : Diagnostique de l'expérience actuelle
- **Étape 2** : Définir le domaine d'activité stratégique
- **Étape 3** : Évaluer la valeur intrinsèque
- **Étape 4** : Définir le segment cible, les attentes et les valeurs clés des clients
- **Étape 5** : Définir le positionnement souhaité
- **Étape 6** : Définir le concept d'expérience
- **Étape 7** : Définir le processus d'expérience (Expérigramme émotif)<sup>62</sup>

152

www.leadershipstrategique.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique

Le pouvoir du leadership expérientiel

- **Étape 8** : Redéfinir les normes de qualité expérientielle (fiabilité, accessibilité, divertissement, environnement physique sensoriel, environnement relationnel personnalisé pour chaque étape de l'expérigramme (Émotiogramme))
- **Étape 9** : Re-design du processus d'expérience global (Expérigramme détaillé)
- **Étape 10** : Détermination du nouveau « pricing »
- **Étape 11** : Analyse de viabilité financière

153

www.leadershipstrategique.com Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lapointe 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique
Le pouvoir du leadership expérientiel

# Bienvenue à l'économie d'expérience !

154

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lanoie 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---

Institut du Leadership Stratégique
Le pouvoir du leadership expérientiel

# Prenez le leadership !



155

[www.leadershipstrategie.com](http://www.leadershipstrategie.com)
Institut du Leadership Stratégique - Michel G. Lanoie 2009 ©

---

---

---

---

---

---

---

---