

## Qualité des expériences dans l'entreprise

### Bonne pratique

Ce factsheet présente des exemples de bonnes pratiques sur le thème de la qualité des expériences dans l'entreprise. Ces exemples fictifs visent à vous inspirer et à vous aider à comprendre les divers instruments de mise en scène. Tous ces exemples décrivent des prestataires touristiques qui mettent fortement l'accent sur la mise en scène des expériences. Mais des concepts moins développés sont également possibles.

#### Exemple 1: L'hôtel au miel

Un hôtel à la campagne a choisi le thème du «miel» et le met en œuvre de façon très systématique. D'une part, le client doit être séduit par les multiples bienfaits de ce produit. D'autre part, l'hôtelier qui est également producteur tient à attirer l'attention sur le risque qui plane sur la survie des abeilles mellifères.

Le thème du miel est présent dès l'arrivée. Sur le chemin menant à la réception, à travers le jardin de l'hôtel où fleurissent d'innombrables fleurs de prairie au printemps et en été, les clients passent devant la ruche. Le long du chemin gravillonné, de petits panneaux renseignent sur la production de miel, mais aussi sur la mort des abeilles. L'hôtel comporte de nombreux éléments reprenant sous des formes esthétiques le dessin du nid d'abeilles, par exemple dans la salle à manger, la zone wellness et les chambres.



L'hôtel dispose de nombreuses places de stationnement permettant aux clients de se garer directement. Pour qu'ils se retrouvent facilement sur le terrain entourant l'hôtel ainsi qu'à l'intérieur de celui-ci, tous les panneaux d'information importants portent le symbole d'une abeille mellifère.

Sur demande, un menu gourmet au miel est servi aux clients. Le miel utilisé vient de la production de l'hôtelier. En outre, l'hôtel produit son propre hydromel que les clients peuvent goûter. Dans la zone wellness, ils peuvent se détendre grâce à un massage au miel ou à un bain de miel délassant. Une fois par jour, les clients se voient également proposer de parcourir un circuit menant à la ruche pour en apprendre davantage sur la production de miel.



Selon la saison, les clients ont même la possibilité de récolter eux-mêmes du miel dans le cadre d'un petit atelier.

Toutes les salles communes offrent de nombreux sièges confortables. En outre, la crèche «ruche» est proposée aux familles et aux enfants en bas âge. Les petits peuvent y jouer, y bricoler ou y regarder des films tels que ceux de Maya l'abeille, si les parents veulent passer un peu de temps entre eux.

### **Exemple 2: Le restaurant des détectives**

Un restaurant gastronomique dans une destination estivale qui enregistre nettement moins de clients en hiver a choisi pour cette saison le thème du «polar». Une expérience interactive particulière est proposée pour des groupes à partir de six personnes. Pendant le repas, elles doivent résoudre une affaire policière fictive.

Le restaurant se trouve dans une ancienne cave voûtée comportant plusieurs pièces et entourée d'un jardin. La lumière indirecte mystique dans ce complexe qui ressemble à un cachot crée une atmosphère stimulante et tendue. Le décor concorde parfaitement avec le concept d'affaire criminelle à résoudre.



Pendant tout le séjour au restaurant, les clients résolvent diverses énigmes. Celles-ci les amènent dans différentes pièces, puis pour finir à l'extérieur pour tirer au clair l'affaire criminelle. Ce concept permet de diriger les clients de façon ciblée afin que personne ne soit trop à l'étroit dans une des petites salles et que le personnel de service puisse lui aussi intervenir au mieux dans chaque pièce. L'apéritif ainsi que les trois plats du menu adaptés à l'affaire sont servis dans les divers endroits en rapport avec le lieu du crime.

Les diverses missions qui contribuent à la solution de l'affaire criminelle sont les véritables attractions du restaurant, parallèlement au menu gastronomique. Les clients peuvent combiner de façon ciblée les informations mises à leur disposition ou bien rechercher des indices sur le lieu du crime. L'énigme est conçue de manière à faire appel à plusieurs sens. Des bruits inhabituels attirent par exemple les clients dans la cave à vin du restaurant où ils avancent en direction de la résolution de l'affaire.

Le circuit policier est organisé de telle façon que les clients ont suffisamment de places assises ainsi que de boissons dans tous les lieux où ils sont appelés à résoudre des énigmes. En outre, il est veillé à ce que les temps d'attente entre les plats du menu ne deviennent pas trop longs. Lorsque les clients ne parviennent pas à résoudre une énigme partielle, le personnel leur donne des astuces.

Comme les clients résolvent l'affaire criminelle par des échanges avec le personnel, ils sont activement impliqués dans l'aménagement de l'expérience.

### **Exemple 3: La remontée mécanique régionale**

Une remontée mécanique mise entièrement sur le thème «Notre région». Lors du trajet en télécabine et de la randonnée qui suit, un guide local donne aux clients un aperçu authentique de la destination.

Pendant le trajet en télécabine, qui dure environ 30 minutes, les clients peuvent au choix déguster une assiette apéritive avec des produits régionaux à base de viande et de fromage ainsi que du vin de la région. Un guide local les accompagne pendant le trajet ainsi que pendant la randonnée de deux heures qui suit. Lors de l'apéritif dans la télécabine, les clients en apprennent davantage sur l'histoire de la destination ainsi que sur les spécialités qui leur sont servies.

Pendant la randonnée, de nombreuses anecdotes de la destination leur sont racontées, et ils peuvent, en été, se faire une idée de la flore et de la faune locales. En hiver, le guide leur parle davantage des aventures des alpinistes et de l'histoire des sports d'hiver dans la destination.



Pendant toute la durée du séjour, les clients profitent de la vue magnifique sur les montagnes et entrent directement en contact avec les autochtones. L'intérieur de la télécabine est aménagé avec une simplicité très accueillante et confortable avec un grand nombre de coussins à carreaux, de peaux de bêtes sur les bancs et une table en bois.

Pour que les clients se retrouvent tout de suite, leur guide personnel vient les chercher sur le parking de la remontée mécanique ou à l'arrêt des transports publics.

Des coussins sur les bancs des télécabines et des couvertures de laine supplémentaires en hiver veillent à ce que les clients puissent se mettre à l'aise et n'aient pas froid pendant le trajet en télécabine. Avant le début de la randonnée depuis le sommet jusqu'à la station intermédiaire, un arrêt aux toilettes est prévu et le guide emmène également avec lui un petit en-cas pour tous les clients.

Les clients sont impliqués activement dans la génération de l'expérience. Avec leur guide local, ils découvrent la destination sur le plan culinaire et par le biais d'excursions.