

S'inspirer de l'hôtellerie de Luxe pour ré-imaginer l'Expérience Client

Le Luxe fait rêver, le Luxe fait envie, mais surtout le Luxe inspire. Après 15 ans dans l'accompagnement des plus beaux hôtels et des plus belles maisons de Luxe, Luxury Attitude, à l'écoute de ses Clients, crée Customer Experience.

Pourquoi avoir créé Customer Experience ?

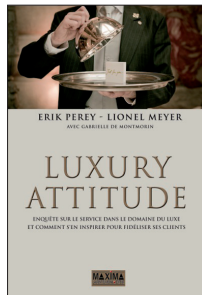
Par conviction d'abord, car nous sommes convaincus que l'hôtellerie haut de gamme est une formidable source d'inspiration pour faire évoluer l'Expérience Client dans de très nombreux secteurs, bien au-delà des univers Premium et Luxe. Pour tenir compte ensuite du marché, car depuis maintenant cinq ans, sous le nom de Luxury Attitude, nous sommes régulièrement sollicités par la distribution, la téléphonie, la banque, l'automobile... pour partager notre expérience. Ce qui intéresse nos interlocuteurs, c'est justement l'hôtellerie haut de gamme, dont ils souhaitent s'inspirer des codes pour mobiliser leurs équipes, tout en les sensibilisant à des valeurs de Service, telles que le respect, le savoir-vivre, la personnalisation...

Luxury Attitude ne répondait pas à leurs attentes ?

Si bien sûr, à l'exception de certains Clients pour qui notre nom était difficilement compatible avec leur positionnement. Mais notre volonté, en créant Customer Expérience, est surtout de répondre plus globalement à un vrai questionnement des entreprises autour de la thématique de l'Expérience Client. Si certains craignent le phénomène de mode, nous, nous pensons que cette thématique est devenue stratégique pour les acteurs économiques dont le business modèle repose sur la Relation Client. Nul besoin de faire la liste des bouleversements

auxquels doivent faire face les entreprises pour maintenir leur compétitivité.

Elles y travaillent au quotidien et étudient toutes les pistes. Au même titre qu'elles doivent innover en matière de produit, de service, de communication, de production, de distribution... elles se doivent maintenant d'innover pour faire vivre à leurs Clients de véritables expériences d'achat et de service, sources de différenciation, de fidélisation et de valeur ajoutée.



Luxury Attitude

Enquête sur le service dans le domaine du Luxe et comment s'en inspirer pour fidéliser ses clients.

Editions Maxima

En quoi l'hôtellerie de Luxe est-elle un benchmark pertinent ?

Pour replacer l'humain au cœur du service, de la vente, de la relation client, de l'entreprise. C'est un lieu commun de parler d'humain, mais dans les faits, il suffit d'être client pour se rendre compte que l'humain est rarement au cœur de l'expérience. Dans un hôtel haut de gamme on ne vient pas simplement pour dormir, il y a plein d'autres endroits où dormir. On y vient vivre un moment d'exception, de plaisir, de partage. Dans ces établissements, pour une chambre, il n'est pas rare d'avoir l'équivalent de deux ou trois Collaborateurs, c'est dire l'impor-



LIONEL MEYER & ERIK PEREY
Co-fondateurs de
Luxury Attitude - Customer Expérience

tance de l'humain, qui est au cœur de l'expérience proposée. Chaque Collaborateur, dans son interaction avec le Client, incarne non seulement l'hôtel, mais il en est la principale valeur ajoutée. Il est le Luxe que recherche le Client. Tout est une question d'attitudes, de gestes, de vocabulaire, d'attention aux détails... et c'est justement ces mêmes critères qui interviennent dans toute Expérience Client portée par des Collaborateurs, quels que soient le secteur et le positionnement. Le bénéfice est tant qualitatif que quantitatif, il est particulièrement perceptible en terme de performance commerciale.

Comment intervenez-vous ?

Nous intervenons selon notre méthodologie du Design de Service, durant laquelle nous mobilisons l'encadrement pour définir l'Expérience souhaitée en fonction de l'ADN de la marque. Ensuite, nous identifions des signatures identitaires fortes, qui deviennent les marqueurs de l'Expérience Client. Puis, nous déployons le Design de Service par des actions parallèles de formation et d'accompagnement auprès des Managers et Collaborateurs.