



Measuring the tourist experience: A mobile ethnographic approach

LES ENTREPRISES TOURISTIQUES AU
CŒUR DU DÉVELOPPEMENT
ÉCONOMIQUE

Symposium sur les mesures de performance
et les contributions économiques
du tourisme

Montreal, Septembre 2012

Frederic Dimanche
Center for Tourism Management
SKEMA Business School



Transformer les expériences – faire du marketing des deux côtés du comptoir . . .

- Marketing et la logique du service (S-D Logic)
- Création de valeur - Intéractions entre organisations et touristes
- Emergence, avec les TIC, de nouveaux consommateurs qui changent et facilitent ces interactions
- *Service Design* – une méthode au service de la compétitivité des entreprises et destinations

Un marketing qui change . . .

Des entreprises aux consommateurs vers un
marketing avec les consommateurs

Le touriste crée de la valeur;
L'entreprise facilite la création de valeur

What is value for them? Can they tell us? Can they help us create value?



What interactions will facilitate joint value creation?

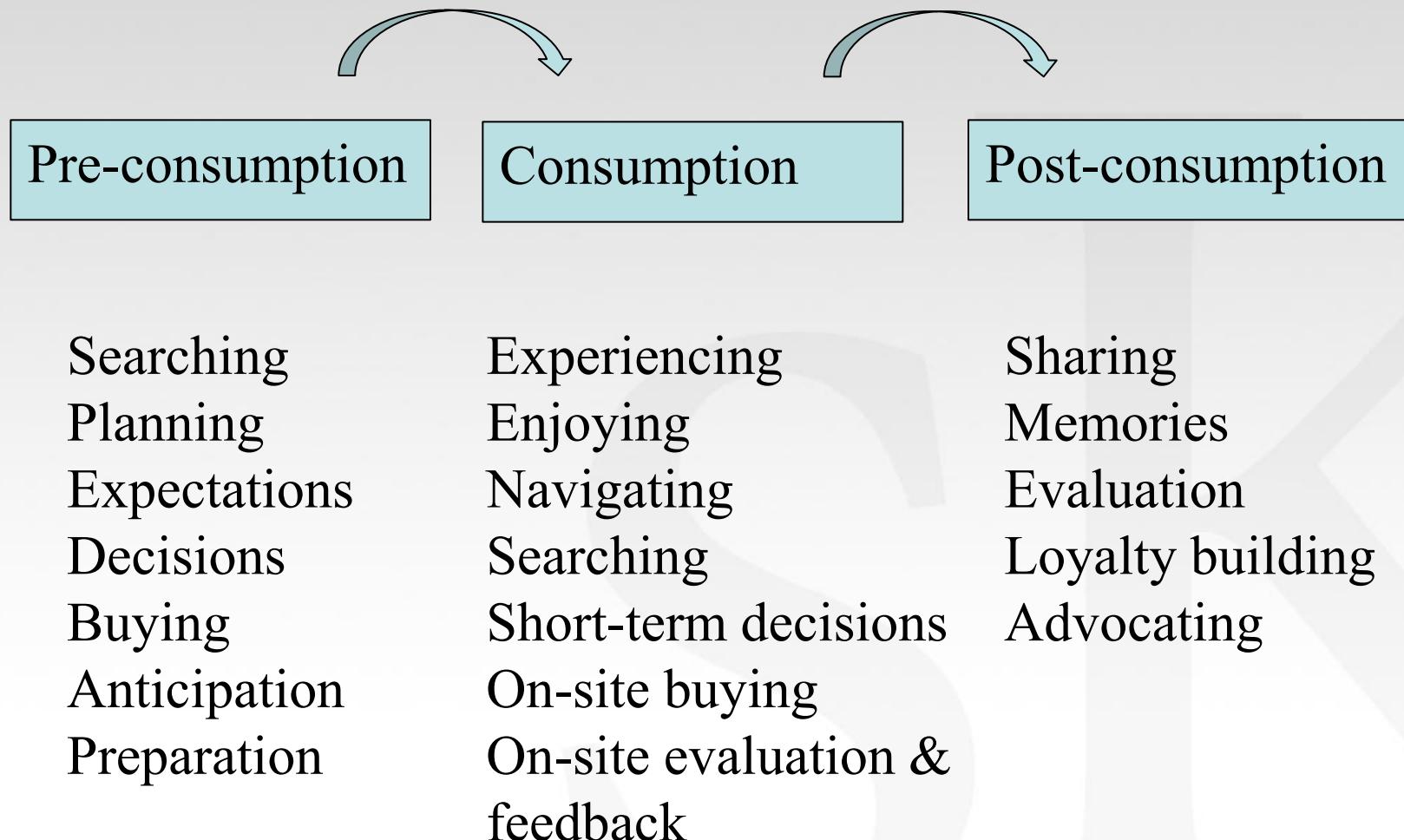
With new Information and Communication Technologies . . .

New consumption practices have emerged . . .

And there are growing opportunities for interactions between the organization and the consumer



NEW CONSUMERS



NEW TOOLS – NEW MARKETING



Antibes
Shop in

ANTIBES
SHOP IN

Le Shopping comme vous l'aimez
Mode Push - Réalité augmentée
version offline

Shopping as you like
Push mode - augmented reality -
offline version

>> GRATUIT

PARIS - LONDRES - ROME - FLORENCE -
MADRID - NEW YORK - BARCELONE - VENISE



BIOT SUR MOBILE

Retrouvez toutes les infos adaptées à votre mobile.
Evénements, vidéos, guide audio...



Utiliser les QRcodes ou Flashcodes sur nos
dépliants pour accéder aux informations
complémentaires et vidéos.

**Mettez Mougins
dans votre poche !**



Téléchargez l'application
dès maintenant



Office de Tourisme de Mougins: Vaste Horizon, 18, bd Courteille - 06250 MOUGINS
Tél: 04 93 75 87 87 - www.mougins.fr/tourism

Travelers are “connected” – they use ICT to/for
Get information, buy tickets, check in, blog,
evaluate, GPS, augmented reality, couponing,
posting pictures, social media communications etc.
. . and research!



Each of those experiences is an opportunity for interaction and joint value creation . . .

SERVICE DESIGN

“Marketing is about organisations creating and building relationships with customers to co-create value; design aims to put stakeholders at the centre of designing services and preferably co-design with them.” . . .

. . . “Marketing on its own is just one element of any organisation’s effort to innovate in services. It is a multidisciplinary approach combining marketing with other specialisms that serve to create value as services are designed and enacted in the interactions between individuals and organisations” (L. Kimbel, in Stickdorn & Schneider, 2010, pp. 50-51)

SERVICE DESIGN



1. Speaking the same language – Be user-centered
2. Everyone can be creative – Co-create with customers
3. Service is like a movie – Sequence it with “touch points” (moments of truth)
4. Show what you do – Evidence the service
5. Keep the big picture in mind – Be holistic

**The objective: better design the
service journey**

Towards Service Design

“Service design as an approach to foster competitiveness and sustainability of European tourism”



Les Partenaires

MCI Tourism, Autriche

International Hotel School Den Haag, Pays Bas

SKEMA Business School, France

Savonia University, Finlande

Innovation Norway, Norvège

AHO University, Norvège

Making Waves, Norvège

Tourismuszukunft, Allemagne

Linköping University, Suède

.... Et plusieurs organisations publiques ou privées du secteur tourisme dans les régions pilotes

Hurtigruten



Project Objectives

- Development of a mobile device to enable a user-centered exploration of service processes
- Institutional education among European tourism organizations on service design thinking
- Conduct pilot studies of service design in seven European tourism destinations
- Establish an open network for knowledge and experience transfer of service design in tourism
- Raise awareness for service design in European tourism industry and academia

2 sites tests en France



Antibes Shop in

ANTIBES SHOP IN

Le Shopping comme vous l'aimez:
Mode Push - Réalité augmentée
version offline

Shopping as you like
Push mode - augmented reality -
offline version

>> GRATUIT

PARIS - LONDRES - ROME - FLORENCE -
MADRID - NEW YORK - BARCELONE - VENISE

A smartphone screen shows the "Antibes Shop In" app interface, featuring a grid of product icons and a search bar. Below the phone is a QR code.

Mettez Mougins dans votre poche !

Téléchargez l'application dès maintenant

Office de Tourisme de Mougins, Vaste Horizon, 18, bd Courteilune - 06250 MOUGINS
Tél: 04 93 75 87 67 - www.mougins.fr/tourisme

Où: Antibes Juan les Pins and Mougins, French Riviera



Quand: hiver 2012

Duration: 2 tests pilotes d'une journée

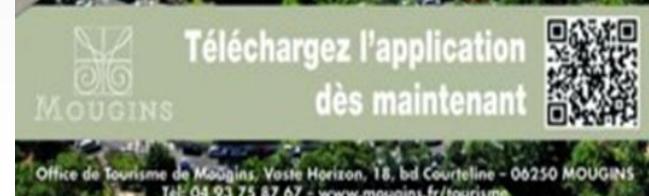
Quoi: Une visite de village / ville

Participants: touristes à Antibes (17) et Mougins (38)



Les “clients”:

- Office du tourisme d'Antibes, son directeur, son équipe de communication et les guides.
- Office du tourisme de Mougins, son directeur, qui a récemment fait installer des stations QR codes à divers endroits du village.



Mobile Methodology

- A qualitative approach
- Visitors / volunteers are recruited / briefed to take part in the study
- They get on their mobile device a “myservicefellow” app
- They go on a “service safari”; they identify touch points; they document those touch points
- When the safari is complete, debriefing interview, then upload of all information back to a server

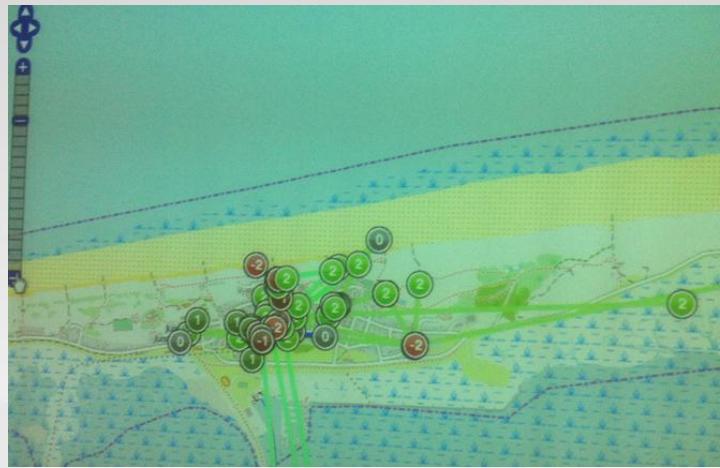
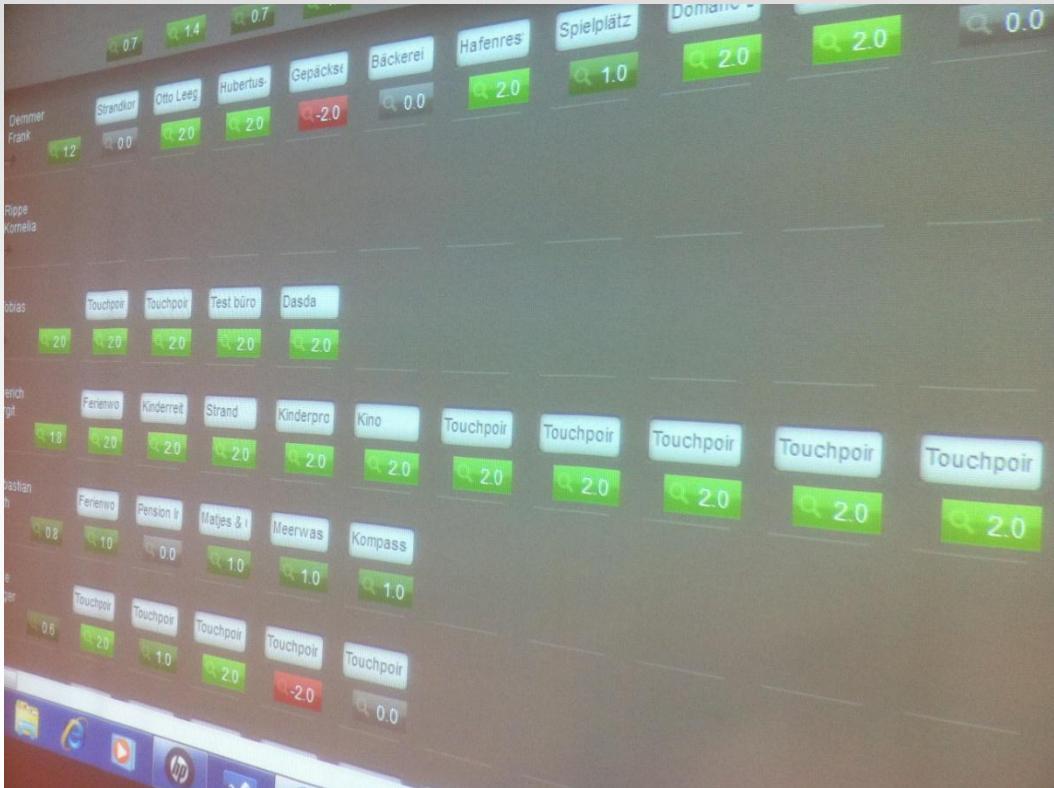
« myservicefellow »



« Myservicefollow »



MyServiceFollow

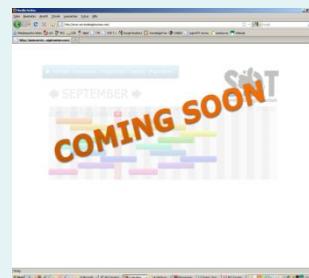


Les délivrables

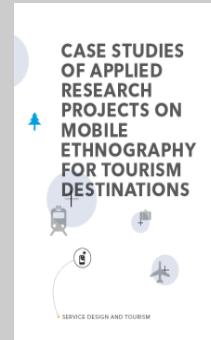
Une App ethnographie mobile pour smartphones



Un site web de partage sur le service design dans le tourisme



Publication d'un ouvrage pour les organisations du tourisme



Conference “service design in tourism” (Aout 2012)



- Ainsi que des recommandations managériales et marketing pour les organisations touristiques associées au project



my service **fellow**

Merci de votre attention
Frederic.dimanche@skema.edu